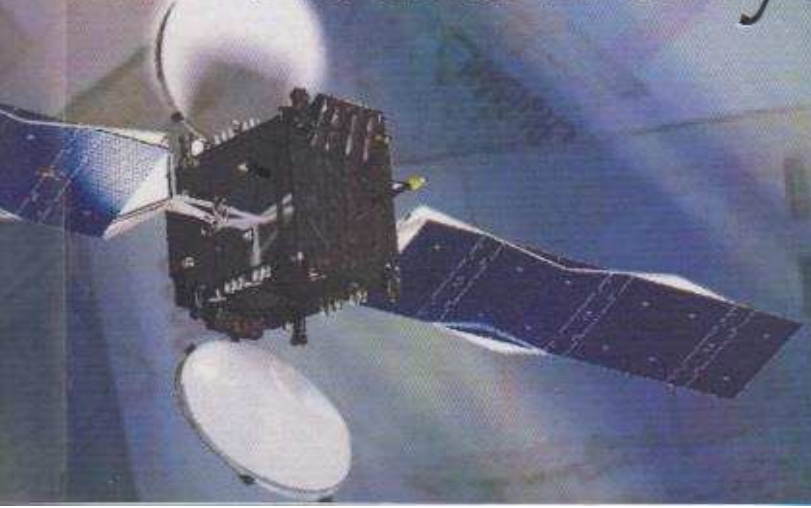
Surokim

EKONOMI POLITIK

Media Penyiaran Lokal

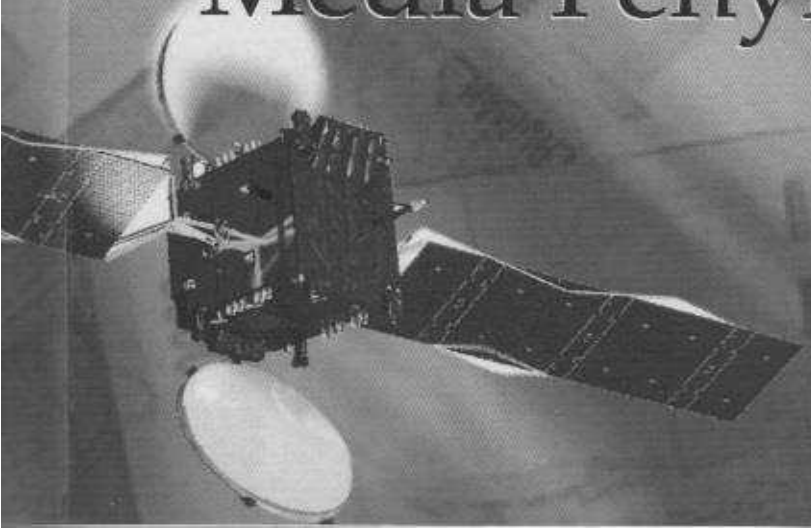


KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Surokim

EKONOMI POLITIK

Media Penyiaran Lokal



Perpustakaan Nasional: *Katalog Dalam Terbitan (KDT)*
Surokim
Ekonomi Politik; / Surokim
----- Yogyakarta: Interpena, 2012
xxii + 189 hlm, 14 X 21 cm
ISBN: 978-979-1740-38-8
1. Politik
2. Media
I. Judul
II. Penulis

Ekonomi Politik

oleh: Surokim

Tata Letak: Muh. Nichal Zaki
Tata Sampul: Intermata *Design*
Penyelaras Akhir: Lazua
Tim Pra & Pasca Cetak: Budiarto, Abdul Rahman Khamid, Paryadi

Cetakan Pertama, Nopember 2012

Penerbit:
INTERPENA Yogyakarta
Anggota IKAPI

Jl. Anggrek No. 74, Kradenan Rt. 10/ Rw. 69 Maguwoharjo,
Depok, Sleman, D.I. Yogyakarta
Hp. 0811-350-100, 0811-351-934
Fax: 0274-489563
Email: interpena@yahoo.com

ISBN: 978- 979-1740-38-8

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang memperbanyakan tulisan ini dalam bentuk dan dengan cara apapun, termasuk memfoto copi, tanpa ijin tertulis dari penerbit

Ekonomi Politik

Media Penyiaran Lokal

Surokim, M.Si.
(Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UTM)

Buku Seri
Ekonomi Politik Media
Media Penyiaran lokal #1

Dipersembahkan Untuk :

Lentera Hati

Abdi, Rara, dan 'Bunda' Mujiati

Mereka yang selalu Memberi Senyum,
Semangat, dan Harapan ... energi pencerahan yang tiada henti

Proses & Ucapan Terima Kasih

Media penyiaran lokal menjadi bintang di awal reformasi hingga membuat euforia masyarakat di berbagai daerah berlangsung gegap gempita. Publik lokal 'berjuang' penuh percaya diri agar mereka mampu memiliki media sendiri sehingga dapat berpartisipasi aktif dalam membangun media lokal. Namun, mimpi indah untuk melihat keberdayaan publik dan performa media lokal yang ideal yang bertumpu pada *diversity of content* dan *diversity of ownership* akhirnya harus berhadapan dengan realitas hukum alam 'kapitalisme' yang menempatkan tv lokal menjadi hiasan pinggir di tengah dominasi TV nasional. Mereka sengaja dibiarkan hidup dan dalam situasi sulit untuk bisa bertahan tanpa ada pemihakan yang pasti agar sistem penyiaran bisa berjalan dengan adil. Tidak sedikit tv lokal akhirnya 'terpaksa' menghentikan mimpi dan idealismenya dan kemudian pasrah pada nasib untuk digilas kekuatan kapitalisme dalam bentuk di*take-over* atau diakuisisi pemilik modal besar. Potret tv lokal yang tumbuh sehat dan menjadi kebanggaan bagi daerah ternyata masih jauh panggang dari api. Bahkan, jalan tengah yang diperintahkan UU agar diberlakukan sistem siaran berjaringan mandek hanya di kertas regulasi. Persaingan yang tidak sehat membuat tv lokal mencari jalan sendiri-sendiri dengan cara dan ikhtiar mereka sendiri agar bisa bertahan. Sejak 2008 dinamika tv lokal terus ramai diperbincangkan publik dan menjadi kajian akademis yang menantang.

Buku ini diterbitkan dalam situasi transformatif yang sedang berjalan tersebut dan dimaksudkan untuk turut serta mewarnai diskursus tersebut. Eksistensi tv lokal menjadi potret yang menarik di tengah hegemoni media *mainstream* nasional yang lebih *powerfull* hingga membuat para pengelola tv lokal terengah-engah kehabisan energi untuk sekadar bisa *survive* di tengah impitan berbagai kepentingan, khususnya ekonomi politik. Sebagai sebuah konsep baru dalam ranah studi media, **'penyiaran lokal'** Indonesia menarik dan patut diperbincangkan dan didiskusikan sehingga ke depan dapat disepakati dan diperoleh konsepsi yang lengkap dan komprehensif baik untuk kepentingan teoretis maupun praksis. Isi buku ini merupakan hasil kajian kritis dalam perspektif studi ekonomi politik media.

Melalui diskusi yang *intens* dan saran dari para sejawat, buku ini akhirnya diberi sentuhan kebutuhan 'selera pasar' agar dapat menyasar kalangan yang lebih luas. Penambahan dilakukan dibeberapa bagian termasuk juga memasukkan unsur *how to*-nya yakni bagaimana mengelola media penyiaran lokal secara profesional. Penulis berharap kehadiran buku ini dapat menjadi pioner bagi diskusi lanjutan yang lebih lengkap tentang penyiaran lokal di tanah air.

Penulis juga kerap ditanya mahasiswa mengenai kelangkaan bahan bacaan tentang media penyiaran lokal yang menjadi salah satu materi kuliah di konsentrasi komunikasi politik, Prodi Ikom-UTM. Sekali lagi, kendati sederhana, penulis tergerak untuk turut serta mengisi kekosongan buku bacaan mahasiswa terkait media penyiaran lokal yang mulai ramai diperbincangkan dan menjadi tema skripsi para mahasiswa di jurusan ilmu komunikasi saat ini.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para mahasiswa, peserta mata kuliah ekonomi politik media, politik media, dan hukum media yang menjadi *partner* diskusi 'yang heboh' di kelas. Jika kemudian tulisan ini berada di tangan pembaca umum, kiranya mohon dimaklumkan jika bahasanya sedikit diluar pakem buku teks, dibuat gaya bertutur ala tulisan opini koran, dan lebih terasa *nge-pop* karena awalnya memang diniatkan untuk publikasi di media massa. Semoga bacaan 'sersan' serius-santai ini bisa menjadi 'vitamin' bagi para pemerhati media, mahasiswa, khususnya jurusan ilmu komunikasi.

Secara khusus, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- Pak Muchtar W. Oetomo, Ketua Puskakom Publik UTM yang selalu memberi pencerahan akademis dan motivasi untuk melebarkan orientasi 'portofolio' publik teman-teman UTM.
- Pak Imawan Mashuri, Ketua ATVLI yang selalu bersemangat untuk kampanye dan memajukan tv lokal di seluruh pelosok tanah air.
- Pak Zainal Arifin MK, humornya yang selalu menyegarkan dan kerelaan beliau untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang media dan jurnalistik kepada para yuniornya patut diteladani.
- Bu Rahmah Ida, atas *Support* dan *concern*-nya yang tinggi pada kajian dan riset media lokal, terima kasih atas pengantarnya.

- Pak Redi Panuju, guru dan rekan diskusi yang tiada henti memotivasi anak didiknya untuk berani menulis buku yang ’enak dibaca dan perlu’.
- Para pengelola TV local di Jatim, khususnya Mas Bambang Purwadi, Ustad Hakim Zaily, Bu Santi, Pak Eko, Mas Imam yang banyak memberi pengetahuan praksis mengenai tv lokal.
- Teman-teman sejawat dosen di Prodi Ilmu Komunikasi UTM Madura
- Teman-teman para komisioner KPID Jatim Jilid II (2007-2010)
- Teman-teman trainer Marcomm Institute dan Puspadaya institute Jatim.
- Para Peneliti di The Ridep Institute Jakarta
- Teman-teman Puskakom, Fisib, dan LPPM UTM, tempat penulis menemukan dunia baru dalam belajar riset aksi.
- Teman-teman pemerhati media lokal yang selalu meramaikan milis dan facebook, sahabat, dan orang-orang pencerah sebagai ’guru kehidupan’ yg selalu menginspirasi jalan hidup yang kerap rumit.
- Penerbit interpena Yogyakarta yang berkenan mencetak dan mendistribusikan.

Semoga catatan ini bisa menjadi catatan fenomenologis kritis yang menarik bagi pembaca. Disertai harapan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi titik balik untuk menelorkan karya akademis yang berkualitas. Semoga catatan ini juga bisa menjadi pemicu bagi penulis untuk melahirkan karya buku akademis ‘yang sesungguhnya’ yang menarik diperbincangkan dan diterima pasar dan masyarakat kampus.

Kampus UTM, September 2012

PENGANTAR

MEDIA, PASAR, DAN REGULASI:
Dinamika Media Penyiaran Lokal di Indonesia Pasca-Reformasi

Rachmah Ida, PhD
(Program Pascasarjana Studi Media dan Komunikasi-Unair)

The corporate domination of both the media system and the policy-making process that establishes and sustains it causes serious problems for functioning democracy and a healthy culture (McChesney, 2004: 7)

Robert McChesney (2004) dalam bukunya *The Problem of the Media* menjelaskan antara lain tentang betapa buruknya sistem demokrasi dalam suatu negara karena adanya kehidupan media yang tidak sehat. Dijelaskannya bahwa dominasi korporasi (media korporasi) dan pembuatan kebijakan berkaitan dengan penyelenggaraan sistem media negara masih menyisakan berbagai masalah dan kontradiksi-kontradiksi yang dilakukan oleh tiga trio macan: birokrat, politikus, dan pengusaha.

Media penyiaran, khususnya, dalam suatu negara selalu berusaha dikaitkan dengan konsep '*national building*' atau usaha-usaha untuk membangun jatidiri kebangsaan dan karakter 'nasional' bagi masyarakat sipil di mana media penyiaran itu tumbuh dan beroperasi. Hal ini tidak hanya terjadi di Indonesia—melalui sejarah yang panjang tentang TVRI nasional dan daerah—namun juga terjadi di negara-negara di kawasan Asia Tenggara (lihat Kitley, 2003). Kondisi ini yang selalu menyebabkan beratnya "beban" lembaga penyiaran nasional.

Dalam hiruk pikuk wacana tentang nasionalisme dan media nasional bahkan lebih politis. Media penyiaran nasional sedapat mungkin dipertahankan untuk tidak terpengaruh globalisasi yang sudah menjalar ke hampir semua aspek kehidupan manusia. Globalisasi dianggap sebagai ancaman bagi persatuan dan kesatuan nasional di negara-negara di kawasan Asia Tenggara, serta mengancam konsep jatidiri bangsa yang selama ini telah dibangun dengan perjuangan. Resistensi terhadap kehadiran, yang disebut globalisasi, menjadi semakin besar, terutama pada pembuat kebijakan dan gerakan konservatisme ideologi nasionalisme yang ada. Kitley (2003) dalam pengantarnya menjelaskan bahwa ketakutan pada 'imperialisme budaya' tahun 1960an dan 1970an di negara-negara Asia misalnya, menjadi paranoid tersendiri para penguasa negara. Mereka mengutuk adanya arus informasi yang tidak seimbang, satu arah, media yang *elite-oriented*, dan rejim otoriter yang mengatur media terlalu kaku menjadi eforia masa lalu. Hal yang kemudian lebih mengedepan adalah kesalutan terhadap konsep-konsep seperti komunikasi partisipatoris, informasi yang horizontal dan seimbang serta media-media alternatif, serta menghormati kebebasan dan hak orang untuk tahu (Kitley, 2003: xv). Itulah mimpi demokratisasi terhadap media nasional dan penguatan masyarakat sipil yang ideal.

Kondisi yang terakhir inilah yang diinginkan oleh gerakan reformasi dan pembaharuan sistem politik, sosial, dan budaya, termasuk sistem media massa di Indonesia. Berbagai upaya telah dilakukan hingga akhirnya kebijakan tentang sistem penyiaran yang dianggap "lebih demokratis" dibandingkan pada masa pemerintahan rejim Suharto Orde Baru masa itu lebih baik. Semangat untuk menciptakan kondisi yang lebih terbuka, bebas, dan transparan terhadap sistem media penyiaran di tanah air dimulai dengan dihasilkannya UU penyiaran No. 32/2002. Kebijakan yang dihasilkan ini di satu sisi memberikan angin segar dan fenomena baru sistem penyiaran Indonesia, namun di sisi yang lain, undang-undang ini terus menggulirkan kontroversi dan debat publik berkepanjangan. Kebijakan atau regulasi media penyiaran di Indonesia dibuat untuk mengatur dan menata bahkan merubah sistem yang sentralistik, otoriter, satu arah komunikasi, an monopoli penguasa Orde Baru dan keluarganya kala itu.

Philip Kitley, sekali lagi, berargumen bahwa regulasi penyiaran di Indonesia dalam sejarahnya bukan hanya merupakan proses represif, tetapi proses historik yang melibatkan wacana publik, konstruksi ideal identitas bangsa dan sekaligus merupakan bentuk artikulasi hubungan negara-masyarakat (Kitley, 2003: 97). Undang-undang penyiaran di Indonesia selama ini menjadi tempat kontestasi media penyiaran

Indonesia di ranah publik, di mana kepentingan negara dan pasar lebih terakomodasi, dibandingkan kepentingan masyarakat sipil di dalamnya.

Cerminan dari penjelasan Kitley terhadap sistem penyiaran nasional dan kompleksitas serta keunikan regulasi media penyiaran di tanah air seperti yang dipaparkan di atas, refleksi atas carut marut sistem media penyiaran di tingkat daerah atau lokal menjadi semakin kompleks. Eforia desentralisasi dan otonomi yang seluas-luasnya di daerah bersamaan dengan diberlakukannya Undang-Undang Otonomi Daerah disambut meriah oleh seluruh daerah di Indonesia, hingga mereka menterjemahkan sendiri-sendiri konsep kedaerahan dan keotonomian ini, termasuk sistem penyiaran lokal.

Problem Kepemilikan Media Penyiaran di Indonesia

Persoalan kepemilikan media penyiaran, terutama televise komersial atau 'televisi swasta' dalam istilah yang lebih popular di Indonesia menjadi persoalan tersendiri yang barangkali belum disadari oleh banyak pihak. Jika pada masa pemerintahan Suharto Orde Baru kepemilikan televise swasta nasional menjadi hak monopoli anak-anak Suharto seperti Bimantara Citra milik Bambang Trihatmojo, Siti Hardiyanti Rukmana dengan TPI, para kroni istana seperti Sudwikatmono, Liem Sioe Liong, Henry Pribadi dan Hary Tanoe Soedibyo, dan para petinggi Partai Golkar mesin politik Orde Baru (lihat Ida, 2011 & Soedibyo, 2007), maka kepemilikan media penyiaran masa reformasi tidak banyak berubah.

Meskipun tidak bermain secara langsung mereka ini masih punya gigi dan kuat pengaruhnya bagi sistem penyiaran di tanah air. PT. Bimantara dengan anak perusahaannya MNC menguasai tiga televisi nasional dan membangun jaringan kerajaan televisi daerah dan televisi kabelnya yang dijual eceran macam pisang goreng, dan menyebabkan kesemrawutan bisnis televisi kabel di tingkat daerah dan kampung-kampung di tanah air yang sulit dideteksi dan diberantas dengan UU Penyiaran. Para petinggi Golkar, Aburizal Bakrie dan anak-anaknya juga membangun televisi nasional dan menguasai jaringan televisi daerah. Berkaca pada kondisi nasional, kondisi di tingkat daerah pun tidak banyak berbeda. Pengusaha-pengusaha yang disebut sebagai "pengusaha daerah" telah menjadi raja konglomerasi media yang jumlahnya luar biasa dari Aceh hingga Papua.

Sebut saja Jawa Pos Grup dan Bali Post Grup, dua pemain pers daerah dan sekarang penyiaran lokal (lihat Ida, 2010 dan 2011). Gambaran konglomerasi media lokal, ternyata menjadi pemicu (*trigger*) konglomerat besar nasional untuk membangun jaringan dan melebarkan gurita bisnis ke daerah. Apalagi ketika Undang-Undang Penyiaran menganjurkan untuk melakukan konsep televisi berjaringan, yang kemudian dimaknai secara berbeda oleh para pemilik modal besar tersebut. Pemain dalam media penyiaran di Indonesia hanya itu-itu saja, meskipun jika dilihat jumlah media massa yang beroperasi di Indonesia sangat banyak.

Apa yang Dimaksud 'Lokal'?

Ketika televisi "jaringan" nasional yang sekarang dilakukan oleh para pemilik atau inisiator televisi lokal di Indonesia semakin marak, lalu apa konsep media lokal kalau begitu? Keberadaan media massa, terutama televisi, lokal sebenarnya merupakan angin baru bagi sistem penyiaran yang demokratis di daerah. Hal ini karena televisi lokal memberikan alternatif dan keberagaman (diversity) konten kepada masyarakat sipil di tanah air. Jika dalam tayangan-tayangan televisi nasional, karakteristik dan kondisi kedaerahan dan lokalitas terpinggirkan, maka eksistensi dan kelangsungan televisi lokal, akan mampu menjadi format baru bagi pemberdayaan daerah untuk bisa menjadi sentral dalam sistem media massa Indonesia.

Terbukti dalam kasus munculnya JTV di Surabaya atau Bali TV di Bali misalnya, memberikan suatu tontonan baru yang khas daerah dan dekat dengan masyarakat setempat. Jika Metro TV menyiarkan tentang kemacetan jalan di kawasana Bundaran HI , misalnya, ini tidak ada maknanya bagi masyarakat di Surabaya atau di Bali. Mereka tidak memiliki kedekatan atau proksimitas dengan kondisi yang dilaporkan. Karena itu, bagi masyarakat Bali, masyarakat Pontianak, masyarakat Surabaya misalnya, keberadaan Bali TV, Ponti TV, dan SBO atau JTV barangkali menjadi media yang orientasinya—dengan meminjam bahasa

prokemnya "*so me* banget"—Suroboyo banget, Bali banget, dan Pontianak banget, mungkin begitu kata yang cocok.

Tapi sekarang perhatikan ketika televisi-televisi swasta daerah mulai merger dengan televisi besar di tingkat nasional. Untuk apa misalnya televisi lokal juga menyiarkan acara pertandingan sepak bola yang sama dengan salah satu stasiun televisi nasional yang juga diakses oleh penonton daerah pada jam yang sama. Ini tidak jauh berbeda pada masa sebelum reformasi ketika televisi-televisi dalam payung satu perusahaan yang sama melakukan *blocking time*. Semangat untuk menyajikan tayangan alternatif dan *diversity of content* yang lebih memberikan ruang bagi masyarakat daerah dibombardir dengan tayangan ala Jakarta.

Ketika Negara juga Berkepentingan

Sistem penyiaran yang ada di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari kepentingan dan persoalan politik. Apapun di negeri ini selalu pada akhirnya berakhir dengan kepentingan politik. Negara yang keleluasaannya dalam UU Penyiaran No.32/2002 telah dibatasi, pada prakteknya masih tidak rela untuk melepaskan kepentingannya. Beberapa kasus penerbitan ijin siaran media lokal dan publik di tanah air, masih bernuansa keikutsertaan negara dalam mengaturnya.

Keberadaan televisi publik lokal misalnya, telah melenceng dari konsepsi-konsepsi dasar yang digariskan oleh UU Penyiaran dan Peraturan Pemerintah yang diterbitkan. Televisi publik lokal banyak diterjemahkan oleh pemerintah daerah sebagai bentuk kepanjangan tangan politik mereka untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Bahkan yang paling ironis, televisi publik lokal bahkan menjadi mesin uang untuk mendapuk penghasilan daerah. Para pengelola televisi publik lokal diharuskan menyetor hasil "bisnis" nya. Padahal telah jelas dinyatakan dalam UU maupun PP penyiaran publik, bahwa televisi publik lokal adalah milik rakyat daerah, karena keberadaannya atas dorongan rakyat daerah dan didanai oleh RAPBD daerah yang merupakan uang rakyat di daerah. Tetapi pada praktiknya, ini tidak disadari oleh pemerintah daerah. Ironisnya, dalam regulasi dijelaskan secara tegas, jika telah ada institusi penyiaran publik lokal di daerah terdekat, maka tidak boleh ada lembaga penyiaran publik yang lain. Kasus di Jawa Timur misalnya, meskipun TVRI dan RRI Surabaya adalah lembaga penyiaran publik daerah, pemerintah propinsi Jawa Timur kala itu tetap saja mengoperasikan Radio dan TV Jatim. Masih banyak lagi praktik-praktik seperti ini di daerah lain di tanah air.

Hal inilah yang tak jarang membuat regulator penyiaran daerah seperti KPID harus berseteru dan beradu argumentasi dengan pemerintahan daerah. Tidak saja pada tingkatan ini, pada tingkatan pusat pun demikian. Kepentingan pemerintah pusat melalui apparatus-aparatusnya berusaha menekankan kepentingannya untuk kelangsungan status quonya.

Catatan untuk Buku Ini

Berangkat dari pengalaman empirik selama tiga tahun menjadi komisioner yang duduk dalam Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur, Surochiem mencoba untuk menuliskan apa yang dilihat, didengar, dan dialaminya dengan persoalan penyiaran lokal di Jawa Timur, yang kemudian –dengan latar belakangnya sebagai akademisi— ditarik ke ranah nasional, untuk menggambarkan realitas yang ada di tingkat Indonesia, terutama hubungan antara media-negara-pasar dan masyarakat. Ulasannya tentang aspek ekonomi politik yang turut mewarnai sistem penyiaran lokal dan negosiasi-negoasiasi terhadap kebijakan penyiaran di Indonesia amat signifikan dan kritikal.

Pengalamannya bekerja sebagai bagian atau anggota dari *regulatory body*, Surochiem melihat banyak aspek yang saling tumpang tindih. Baginya sistem penyiaran lokal akan menjadi demokratis jika berbagai kepentingan yang ada, terutama kepentingan penguasa dan pengusaha, diredam, dan jika semangat untuk mementingkan masyarakat sipil lebih dikedepankan. Setumpuk masalah yang dihadapi oleh KPID Jawa Timur, tempatnya dulu mengabdi, menjadi "darah": intelektualnya memanas. Dalam tekanan antara perannya sebagai regulator sekaligus intelektual muda kampus, Surochiem mencoba untuk menuliskannya kepada publik untuk melihat lebih detail lagi tentang kebijakan penyiaran baik undang-undang maupun peraturan pemerintah terkait dan negasi-negasi serta kontradiksi-kontradiksi yang terjadi.

Dalam bukunya ini, penulis banyak mengupas dan menjelaskan tentang bagaimana persoalan kepemilikan media penyiaran lokal di tanah air menghadapi oase yang tampak semakin jelas di depan mata. Dalam salah satu bahasannya Surochiem menjelaskan ketika televisi-televisi di daerah kehilangan atau lebih tepatnya kehabisan modal, maka jalan satu-satunya untuk bisa bertahan hidup dengan merger bisnis atau melego "dagangannya" kepada para pemilik modal di Jakarta. Alhasil televisi daerah menjadi segar kembali, sementara pemilik modal Jakarta dengan sayapnya menjadi lebih lebar. Ironis memang pada akhirnya seperti yang diklaim oleh Surochiem bahwa televisi daerah pada akhirnya tidak bisa mandiri dari cengkaraman kepentingan pasar (ekonomi) yang lebih besar.

Surochiem, penulis buku ini, juga memaparkan analisisnya yang kritis dan tajam pada persoalan mulai kaburnya identitas daerah, karena televisi daerah terbawa larut pada format televisi nasional atau bahkan menyiarkan tayangan nasional yang sudah disiarkan oleh televisi nasional. Melalui observasi dan pengalaman yang dilihatnya, penulis buku ini menuliskan tentang kondisi dan gambaran penyiaran lokal yang kehabisan "energi" (modal) dalam perjalan operasionalnya.

Buku yang merupakan kumpulan tulisan yang pernah dimuat diberbagai pers dan penerbitan di tanah air menjadi medium bagi Surochiem untuk menyampaikan pikiran, sikap, opini, dan kegelisahannya dengan sistem penyelenggaraan penyiaran di daerah yang krusial ini. Dibumbui bacaan intelektualitasnya, tulisan-tulisan dalam buku ini menjadi punya gereget teoritis dan prakmatis, yang diperlukan bagi pembaca, baik mahasiswa maupun para *scholar* pemerhati masalah media di Indonesia.

Meski mengaku 'terlambat' memelajari media dan komunikasi, dengan 3 tahun pengalamannya sebagai regulator yang bergelut dengan sistem media penyiaran daerah, Surochiem, kawan muda ini, mampu memahami dan mengkritisi praktik-praktik media massa di Indonesia dan menjelaskan dengan *fluid* dan lengkap tentang sistem penyiaran di tanah air, seperti judul tulisan McChesney yang dikutip di awal tulisan pengantar ini "*The Problem of the Media*" dengan spesifikasi media lokal Indonesia. Buku ini memperkaya referensi akademis dari langkanya buku-buku tentang *the practices of media* di Indonesia yang selama ini banyak ditulis oleh pengamat asing dan ditulis dalam bahasa asing. Selamat membaca ***

Referensi:

Ida, Rachmah, 2009, *Watching Indonesian Sinetron: Imagining Audience in front of Television*, Berlin: VDM Dr. Mueller Publication

Ida, Rachmah, 2011, 'Reorganisation of Media Power and the Influence of Local Media Entrepreneurs in Post-Authoritarian Indonesia,' dalam Krishna Sen dan David T. Hills, *Media in the 21st Century Indonesia*, London and New York: Routledge

Kitley, Philip, 2003, (Ed.), *Television, Regulation and Civil Society in Asia*, London and New York: Routledge Curzon

McChesney, Robert W, 2004, *The Problem of The Media: U.S. Communication Politics in the 21st Century*, New York: Monthly Review Press

Soedibyo, Agus, 2007, *Ekonomi Politik Media Penyiaran Indonesia*, Jakarta: LkiS, Yogyakarta

Perspektif Ekonomi Politik Media

Ekonomi politik didefiniskan sebagai studi mengenai hubungan-hubungan social, khususnya hubungan-hubungan kekuasaan yang secara bersama-sama membentuk atau mempengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya *(…the study of the social relations. Particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources (Mosco, 1996:2M).* Studi ekonomi politik media berusaha untuk memahami fenomena media dalam kaitannya dengan ekonomi, politik dan fakta lainnya dengan menjadikan media terintegrasi dengan proses ekonomi, politik, social, dan budaya masyarakat.

Karakter utama pendekatan ekonomi politik adalah produksi media ditentukan oleh pertukaran nilai isi media yang berbagai macam dibawah kondisi tekanan ekspansi pasar dan juga ditentukan kepentigan ekonomi politik pemilik modal dan pembuat kebijakan media (Garnham dalam McQuail, 2000:82). Kajian ekonomi politik (ekopol) media menjadi sentral mengingat relasi kuasa yang ketat antara kekuatan pasar dan istana yang selama ini mendominasi kuasa. Gabungan kekuatan modal dan politik membuat kuasa media sangat powerfull dan semakin meminggirkan kuasa public atas domain penyiaran. Kekuatan media akhirnya menghamba pada komodifikasi yang dalam istilah Dedy N Hidayat (2002) menjadi *circuits money for more money.*

Dalam perspektif ekopol, pendekatan ekonomi politik merupakan sebuah kajian yang diidentifikasi sebagai kelompok pendekatan kritis (critical) (McQuail, 2000 : 82). Teori ini bersumber pada pemikiran Marxis bahwa media cenderung dimonopoli oleh kelas kapitalis, yang penanganannya dilaksanakan secara nasional maupun internasional untuk memenuhi kebutuhan kelas sosial tertentu. Pendekatan ekonomi politik memfokuskan pada kajian utama tentang hubungan antara struktur ekonomi, dinamika industri media, dan ideologi isi media. Perhatian penelitian ekonomi politik secara empiris diarahkan pada kepemilikan dan kontrol serta kekuatan operasional pasar media.

Menurut Mosco (1996), pengertian ekonomi politik bisa dibedakan dalam pengertian sempit dan luas. Dalam pengertian sempit berarti kajian relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan, yang bersama-sama membentuk produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya termasuk sumber daya komunikasi. Dalam pengertian luas kajian mengenai kontrol dan pertahanan kehidupan sosial.

Secara makro, Golding dan Murdock membedakan ekonomi politik menjadi menjadi dua macam yaitu : perspektif liberal; dan 2) perspektif kritis. Dalam perspektif ekonomi politik liberal memfokuskan diri pada proses pertukaran pasar dimana individu sebagai konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih isi media masssa yang sedang berkompeteisi berdasarkan manfaat dan kepuasan yang ditawarkannya. Semakin besar kekuatan pasar memainkan perannya, semakin besar kebebasan konsumen untuk menentukan pilihannya. Sementara perspektif ekonomi politik kritis melihat bahwa produksi isi media bukan hanya menyangkut persoalan ekonomi semata tetapi berkaitan dengan kehidupan politik, sosial, dan budaya.

Perspektif kritis mencoba untuk mengungkap rahasia dibalik liberalisme media yang menekankan pada kedaulatan individual dalam kapitalisme. Perspektif ini juga sekaligus akan melihat bagaimana relasi kuasa eknomi dan politik itu membuat kesadaran palsu *(false conciousness)* di masyarakat. Paradigma kritis mencoba memberikan penekanan pada relasi sosial (social relations) dan kekuasaan (power).

Ekopol sebagai lahan studi yang mencoba melihat secara komprehensif termasuk di dalamnya aspek historis akan menghantarkan studi ini sebagai sebuah proses yang sedang dan akan berlangsung menuju hasil akhir. Sebagai sebuah proses historical yang panjang, maka dinamika juga berlangsung dalam situasi yang heboh dan penuh drama. Hingga kini proses tersebut belum selesai dan tengah berlangsung yang dipengaruhi banyak hal mulai dari level mikro, meso hingga makro mulai dari level individu, media routines, organisasi, ekstra media hingga ideologi

Media, termasuk media local kini menjadi lahan bisnis yang ekspansif. Kekuatan berbagai kepentingan mencoba masuk ke dalam hingga membuat kontestasi menjadi semakin sengit. Orientasi untuk menghasilkan kapital membuat ruang public semakin tertekan. Jumlah media memang

bertambah, tetapi kualitas ruang public semakin terkomersialisasi dan bahkan berkoalisasi untuk melegitimasi kuasa Negara sebagai kepanjangan *ideological state apparatus*. Fenomena kelahiran media local hingga mereka tidak berdaya dan akhirnya tunduk pada kuasa modal membuat tv local kini menjadi aksesori demokratisasi media tanpa keberdayaan. Isi media tunduk pada kekuatan modal dan isi media dikontrol para pemilik modal.

Potret tv local sebagai skrup ekonomi kapitalis semakin terlihat dalam wujudnya yang baru. Program tv local sarat akan kepentingan bisnis dan politik dari pemilik industri media. Kolaborasi pasar dan istana membuat program lebih mementingkan fungsi hiburan ketimbang edukasi dan control. Program lebih banyak di driven oleh kepentingan bisnis melalui asumsi riset pasar. Potret kemandirian awak pekerja semakin terkooptasi oleh misi politik dan ekonomi media. Moscow melihat proses komodifikasi dalam situasi ini yang semakin menmperhitungkan aspek ekonomi dalam pertimbangan produksi tv.

Media kembali pada watak aslinya sebagai media industry, dan negara ikut serta melanggengkan kepentingannya hingga selaras dengan kepentingan modal dan public menjadi semakin tidak berdaya dan kehilangan ruang ruang pemberdayaan.

Prolog

Desentralisasi Penyiaran,
Pertarungan Kuasa,
dan Konstruksi Media Penyiaran Lokal

Desentralisasi Penyiaran, Pertarungan Kuasa, dan Konstruksi Media Lokal

Media penyiaran lokal mulai mendapatkan tempat sejak gerakan reformasi mampu menggulingkan kekuasaan orde baru. Hampir semua level kehidupan mengalami imbas dan pembaharuan. Reformasi yang mengemuka dengan slogan pro-rakyat memberi hembusan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja parlemen untuk membuat undang-undang (UU) yang sejalan dengan kepentingan publik (pro-reformasi). Tidak terkecuali, sistem penyiaran yang dinilai *authoritarian* mulai direvisi menuju sistem penyiaran yang demokratis pro-publik. Regulasi UU Penyiaran No. 24/1997 yang dianggap terlalu *state-oriented* diubah menjadi UU No. 32/2002 yang *public-oriented*. Perubahan paling menyolok dalam regulasi ini adalah diakuinya lembaga penyiaran komunitas dan lembaga penyiaran publik dalam landskap lembaga penyiaran nasional serta keberadaan lembaga negara independen yang mengatur soal penyiaran.

Regulasi ini menjadi pijakan baru dan menandai babak baru dalam sejarah perjalanan media penyiaran tanah air, khususnya media penyiaran di daerah yang selama ini berada dalam hegemoni kepentingan riuh-rendah Jakarta. Gegap-gempita publik lokal menyambut euforia ini ditandai dengan mulai bangkitnya penyiaran komunitas dan penyiaran publik di berbagai daerah. Mereka juga mulai berinisiatif untuk turut meramaikan penyiaran dengan memiliki, mengelolah media penyiaran sendiri. Publik seolah lepas dari kungkungan dan kekangan informasi dan komunikasi yang berkepanjangan. Luapan emosi publik itu diwujudkan dengan ramai-ramai mendirikan radio/tv lokal. *Respons* ini sungguh positif, wujud partisipasi masyarakat dalam penyiaran yang sejatinya menjadi roh munculnya regulasi baru ini.

Dalam perjalanan awal, publik lokal mulai berani mendirikan radio dan tv di tengah berbagai keterbatasan dalam manajemen dan teknis penyiaran. Tidak sedikit di antara mereka yang awalnya coba-coba kemudian langsung *on air,* kendati aturan teknis belum selesai dibuat. Angin desentralisasi penyiaran telah membawa semangat baru di kalangan masyarakat baik di wilayah pedesaan maupun di perkotaan. Masyarakat di berbagai daerah menyambut baik perubahan tersebut. Mereka bisa melihat dan menikmati siaran yang dekat dengan kehidupannya. Semangat dan ikhtiar mereka untuk menjadi subjek penyiaran benar-benar menjadi modal sosial yang tidak ditemukan dalam rezim yang lalu.

Dominasi penyiaran orde baru yang elitis dan Jakarta-*sentris* kini menghadapi tantangan pemain baru yakni penyiaran lokal. Publik berharap *privilege* yang dimiliki lembaga penyiaran Jakarta semakin berkurang dan penyiaran berbasis publik dan komunitas semakin di galakkan. Namun, lagi-lagi euforia itu harus berhadapan dengan kenyataan pahit. Regulasi teknis untuk mewujudkan tatanan penyiaran itu tak kunjung selesai di buat. Bahkan, terkesan pelaku penyiaran Jakarta dan pemerintah pusat melakukan konsolidasi untuk menghambat laju penyiaran lokal. Cita-cita desentralisasi ideal itu serasa jauh panggang dari api.

Bahkan, pemerintah pusat melalui Departemen Komunikasi dan Informatika (depkominfo) RI terus mendapat tekanan dan lobi dari pelaku penyiaran swasta di Jakarta. Hal ini tampak jelas dalam perlawanan asosiasi televisi swasta indonesia (ATVSI) dan PRSSNI untuk terus melakukan *judicial review* terhadap UU No. 32/2002 ke Mahkamah konstitusi (MK), *judicial review* ke Mahkamah Agung (MA) atas peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang dianggap tidak sejalan dengan kepentingan mereka. Tragisnya, dalam beberapa kali pengajuan perkara, tuntutan mereka dikabulkan hingga membuat desentralisasi penyiaran dengan kekuatan daulat publik mulai meredup dan hanya terlihat manis di undang-undang (peraturan fundamental) saja.

Sementara idealisme pengelola penyiaran di daerah untuk tumbuh atas kemampuannya sendiri juga mulai tergerus ke arah pramatisme ekonomis. Pengusaha lokal mulai tertekan menjalankan bisnis dan mencoba menguatkan jejaring dengan pemilik modal dari Jakarta untuk menopang biaya produksi yang tinggi. Dalam beberapa kasus kepemilikan tv lokal, hanya nampak label-stasiunnya saja penyiaran lokal, tetapi manajemen dan isi siaran adalah Jakarta-sentris. Beberapa lembaga penyiaran tv lokal yang mulai *kolaps* pun akhirnya diambil alih pemilik modal Jakarta. Akhirnya, orang daerah hanya menjadi pekerja dan publik lokal tetap menjadi penonton dalam riuh rendah penyiaran. Awalnya mereka berharap angin perubahan ini dapat memberi tempat terhormat bagi mereka untuk turut berpartisipasi dalam penyiaran

yang selama ini hanya dimiliki sekelompok tertentu. Nyatanya, kondisi tak sepenuhnya berubah, mereka tetap menjadi obyek penyiaran di daerahnya.

Era ini juga ditandai adanya fenomena publik lokal yang ramai berburu legalitas siaran agar tidak dicap ilegal. Bagi penyiaran lokal, status ilegal memang label yang menyesakkan dan mempersempit ruang gerak mereka dalam mengembangkan bisnis penyiaran (memeroleh investasi baru dan iklan). Dengan dibukanya perizinan baru, mereka merasa memiliki peluang untuk melakukan penyiaran secara legal. Namun, harapan itu tidak berlangsung lama, optimisme dan euforia itu harus menghadapi ketiadaan aturan teknis. Hampir sebagian besar peraturan teknis sebagai pelaksana UU Penyiaran semuanya molor dan tidak bisa diselesaikan dalam waktu yang normal.

Tekanan dalam mengurus legalitas perizinan ini dirasakan betul karena karut marut mekanisme pengurusan izin. Hal ini ditandai dengan munculnya mekanisme dan cara perizinan di berbagai daerah yang berbeda-beda. Ikhtiar pun dilakukan pantang menyerah oleh publik di berbagai daerah, khususnya di daerah ekonomi maju. Dalam situasi ini, tak syak lagi, muncul para makelar dan *broker* perizinan yang menjadi jujukan bagi mereka yang tidak memahami mekanisme perizinan. Celakanya, mereka juga tidak mampu mengolkan izin penyiaran sebagaimana diminta publik, dan publik lagi-lagi menjadi korban. Di tengah situasi ini, publik tetap tidak menyerah dan tiada lelah melakukan ikhtiar untuk mendapat status legal. Sebagian di antara mereka mulai kehabisan energi untuk mengurus perizinan. Dalam situasi tak menentu, ada sebagian yang tetap mengurus perizinan langsung ke Jakarta dan ada juga yang tetap bertahan lewat daerah.

Kondisi ini berlangsung hingga muncul Peraturan Pemerintah (PP) No. 50/2005 tentang penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Swasta, PP No 51/2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Komunitas, dan PP No 52/2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan. Munculnya PP ini pun mendapat tantangan keras dari KPI dan DPR karena substansinya banyak yang tidak sejalan dengan UU No. 32/2002. Situasi menjadi rumit kembali, tarik ulur kewenangan antarlembaga semakin pelik. Akhirnya, di tengah situasi itu banyak lembaga mengambil jalan aman, tidak mau menerima 'bola panas' akibat ketidakjelasan sistem perizinan. Semua lembaga terlihat saling melempar tanggungjawab dan saling menunggu. Di sisi lain, regulasi teknis masih alot di eksekuasi akibat perang kekuatan kepentingan baik publik, negara maupun pasar.

Seolah tak mau menunggu revisi kebijakan, peluang otonomi daerah juga menjadi pemicu bagi pelaku penyiaran daerah untuk turut mendesakkan kepentingan dengan mengontruksi realitas sosial penyiaran di tingkat lokal yang masih didominasi penyiaran Jakarta. Identitas lokal mulai dimunculkan menjadi nama stasiun dan judul acara sebagai kekhasan tv lokal. Konstruksi identitas lokal ini terus didesakkan dan menjadi simbol perlawanan atas konstruksi media *mainstream* yang ada. Di tengah persaingan yang tidak berimbang antara tv lokal vs tv Jakarta tersebut, media lokal mencoba bertahan dan mencari peluang dalam situasi regulasi yang semakin abu-abu yang selalu tidak menguntungkan posisi mereka.

Kendati demikian, tv lokal tiada henti berjuang. Pertarungan tv lokal dengan tv *eksisting* Jakarta mulai nampak vulgar dalam alokasi frekuensi. Situasi ini berlangsung selama hampir 3 tahun (2004-2007), tv lokal di sisa-sisa kanal yang tersedia masih tidak memeroleh pemihakan dalam kebijakan teknis. Sementara media penyiaran lokal dipaksa lari kencang mengejar saudara tuanya (TV *eksisting*) yang terus dimanja dalam banyak hal, khususnya dalam hal area layanan dan jatah frekuensi. TV lokal akhirnya hadir dalam keprihatinan dan mencoba bertahan dalam situasi kebijakan yang tidak adil. Media penyiaran TV lokal bak menjadi anak tiri dalam keluarga penyiaran Indonesia.

Desentralisasi, Muatan Lokal, dan Tanggungjawab Sosial

Undang Undang No.32/2002 tentang Penyiaran sejatinya telah membuka kesempatan bagi pertumbuhan media penyiaran lokal di berbagai daerah yang pada gilirannya berdampak positif terhadap dinamika pembangunan suatu daerah. Regulasi fundamental ini membuka pintu bagi masyarakat daerah

untuk mendirikan lembaga penyiaran yang sesuai dengan watak, adat, budaya dan tatanan nilai norma setempat.

Jika dilihat perteori, sebenarnya regulasi penyiaran Indonesia tidak menganut aliran liberalisme pasar murni, tetapi lebih dekat dengan teori tanggungjawab sosial. Teori ini memunculkan konsep *diversity of content* dan *diversity of ownership* yang dalam beberapa hal memberi perlindungan terhadap potensi lokal dan pembatasan kepemilikan. Salah satu implementasinya adalah dalam bentuk berjaringan antara TV Nasional dan TV Lokal. Dalam format penyiaran itu, sebenarnya tidak akan terjadi *head to head* antara TV Jakarta yang bersiaran nasional dan TV lokal yang bersiaran terbatas.

Regulasi ini juga memberi celah bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam bidang penyiaran dan menjadi subyek, tuan rumah di daerahnya sendiri. Keberadaan media penyiaran lokal juga sangat bermanfaat bagi pemerintah daerah dalam konteks pembangunan baik di bidang sosial, ekonomi, politik maupun budaya.

Penguatan muatan lokal dalam penyiaran nasional, juga dimaksudkan sebagai benteng pertahanan budaya nasional akibat pengaruh globalisasi. Dengan demikian kuasa budaya lokal dalam media juga menjadi pertaruhan. Globalisasi dalam konteks tertentu memang tidak melulu memroduksi budaya global yang homogen. Kini, di tingkat global juga sedang diwarnai dengan tuntutan muatan lokal *(a cultural quota)* dan menjadi bagian dari strategi bisnis korporasi media internasional (Rahayu dalam Siregar, 2010). Mereka juga memahami jika masyarakat lokal memiliki kapasitas untuk ikut menegoisasikan, bahkan menolak produk global tersebut. Penambahan muatan lokal dalam skema bisnis media global sejatinya juga bagian dari strategi ekspansi pasar media global.

Lokalitas diyakini akan menjadi kekuatan ekspansi pasar karena relasi dan sentimen budaya. Hal ini yang diyakini akan mendorong, menentukan dan mengatur *sense of belonging* dan *sense of identity* pasar lokal. Selain itu, kajian budaya media juga memperingatkan bahwa produk media yang melintas batas negara atau budaya akan diterima atau direspons dengan cara-cara yang spesifik (*locally specific way)* (Lee, Rahayu, dalam Siregar 2010).

Kehadiran media penyiaran lokal yang mengusung identitas dan budaya lokal menarik untuk di cermati dalam program tv lokal di Jawa Timur (Jatim). Catatan Arif Budi Santoso (2010) tentang muatan lokal cukup komprehensif yang mencakup berbagai peristiwa, isu-isu, latar belakang cerita dan sumber daya manusia, dalam rangka pengembangan budaya dan potensi lokal. Konten lokal ini sejatinya merupakan bentuk perlawanan terhadap program yang bersifat Jakarta sentris yang selama ini diusung 10 Televisi swasta nasional. Setiap hari publik dicekoki tayangan infotainment, sinetron, *reality show, talkshow* dan *variety show* yang itu-itu saja. Seolah-olah, Indonesia yang beragam dan kaya akan budaya adalah apa yang disajikan dengan *mindset* Jakarta itu.

Dalam posisi terbatas tersebut, ternyata lembaga penyiaran lokal mampu memroduksi program yang bermutu. Melalui KPID Award tahun 2010, telah diperoleh beragam program *genuin* khas lokal yang berkualitas. Dalam kompetisi ini terlihat bahwa produktivitas tv lokal Jatim meningkat secara signifikan jauh sebelum KPID *Award* digelar. Hal ini juga positif mengingat sebagian besar peserta tidak memroduksi program atas dorongan ikut kompetisi, tetapi memang dorongan untuk membuat program yang bermutu dan menarik di tonton.

TV lokal di tengah keterbatasannya diharapkan terus maju. Diperlukan kerja keras dan keberpihakan kebijakan dalam mewujudkan dan menjamin pluralisme media, yakni keragaman kepemilikan *(diversity of ownership)* dan keragaman isi *(diversity of content).* Bagaimana-pun dalam berbagai *teks book* telah menyebut bahwa pluralisme media merupakan salah satu kondisi mendasar bagi pembentukan *public sphere* dalam masyarakat demokratis

Industri Media, Pertarungan Kepentingan

Harus diakui bahwa UU Penyiaran No. 32/2002 adalah hasil kompromi terbaik dalam kontestasi di parlemen pada masa itu. Bahkan, jika tidak menemukan momentum reformasi, isi UU itu bisa berbalik lagi seperti regulasi lama *pro-state* seperti pada masa orde baru. Kita semua patut bersyukur, kendati yang

dihadapi setelah itu juga tidak ringan. Jalan terjal, banyak aturan pelaksana mulai dari peraturan pemerintah (PP), peraturan menteri (Permen) yang substansinya justru berkebalikan dengan semangat UU No. 32/2002.

Dalam konteks ekonomi politik, pertarungan itu wajar dan lumrah terjadi. Bahkan, tarik ulur di dalam parlemen sebagaimana disinyalir Dedy N Hidayat (2007) berlangsung sungguh dramatik. Namun, yang patut diwaspadai adalah begitu 'angin reformasi' mulai meredup dan situasi negara kembali normal, tidak ada tekanan dan *lobby* parlemen, maka 'angin' bisa berbalik dan bagi yang pro-*status quo* akan tetap muncul upaya untuk mengamandemen UU Penyiaran agar sejalan dengan kepentingan mereka.

Lolosnya konsepsi siaran lokal berjaringan sebagai bentuk baru dari tv yang bersiaran nasional sesungguhnya adalah pukulan telak bagi para penganut rezim pasar kapital. Mereka tentu geram dan melakukan perlawanan, tetapi apa daya hembusan 'angin reformasi' cukup kuat dan mereka tidak berani ambil resiko untuk dilabel tidak reformis. Mereka rela sedikit melangkah mundur untuk menunggu waktu yang tepat guna menyiapkan amunisi untuk menghantam balik penyiaran publik.

Jika mau dicermati, UU No. 32/2002 sudah maju beberapa langkah. Adanya konfigurasi tatanan lembaga penyiaran swasta, publik, dan komunitas seiring sejalan diharapkan dapat menciptakan penyiaran yang sehat dan demokratis sehat siaran dan juga sehat bisnis. Masing-masing lembaga penyiaran dapat menjadi pembanding, penyeimbang, dan melengkapi satu sama lain. Semua demi kepentingan bersama yang lebih baik dan membawa perubahan yang signifikan dalam penyiaran nasional. (Ghazali, 2003).

Seiring berjalannya waktu, semangat desentralisasi yang berimpitan dengan tekanan pasar semakin menunjukkan wajah aslinya. Para pihak, khususnya pasar terus memutar otak untuk menghambat berlakunya sistem stasiun jaringan yang menjamin keadilan itu. Alasan mereka tidak mau berbagi dalam jatah ekonomi, paling mudah ditemukan jawabannya. Pertarungan itu hingga kini terus berjalan. Yang patut dikhawatirkan adalah barisan pendukung desentralisasi penyiaran yang kurang muatan lalu di tinggal gelanggang oleh para pendukung dan akhirnya dilibas oleh kekuatan kapital pasar tv nasional.

Bicara keadilan bagi tv lokal tentu masih jauh. Penyiaran tv nasional jelas tidak bisa dibandingkan dengan tv lokal. Dari aspek apapun tv lokal akan ketinggalan dan kalah kelas. Jelas ini bukan perkara mudah, apalagi sistem kapitalis represif struktur pasar yang semakin menampakkan konsentrasi, dan kepemilikan terpusat pada sejumlah konglomerat media membuat tv Jakarta menjadi raja di daerah.

Siapa yang Berkuasa ?

Media lokal harus menghadapi ganasnya logika fundamentalisme pasar. TV lokal seperti laksana bayi yang dipaksa berjalan dan berlari dengan cepat mengejar seniornya tv nasional. Tekanan dan kompetisi yang tidak berimbang ini membuat industri tv lokal tidak dapat berkembang meyakinkan. Disamping itu, faktor struktural juga tetap menjadi penyebab mengapa tv lokal sulit berkembang. Bukan karena semata-mata *lack of ability and capacity*, tetapi karena struktur yang tidak benar-benar mendukung tv lokal menjadi besar. Pasar TV Jakarta dengan logika komodifikasinya dan ditunjang oleh struktur yang mapan membuat tv lokal terlindas keras dan terus meradang. Sementara proses transisi siaran lokal berjaringan yang bisa membuat posisi lebih adil begitu lama dan tak kunjung terealisasi.

Kombinasi kehendak *market* dan *state* membuat penyiaran lokal seperti dilepas kepalanya, tetapi digandoli buntutnya. Ekspansi pasar jelas sangat menentukan dan *market regulation* tidak bisa dilepaskan. Rejim kapital jelas menjadi problem di tengah upaya untuk menciptakan keberdayaan publik dalam media. Rejim publik terasa jauh dan menjadi cita-cita yang semakin utopis di tv lokal. Rejim kapital jelas Dedy N Hidayat (2003) memilih kaidah dan logika sendiri yakni *never ending circuit of capital accumulation (Money-Commodities-More Money).* Akhirnya, lembaga penyiaran lokal yang tidak mampu mengadopsi logika kapital pasar ia akan tumbang dengan sendirinya. Situasi persaingan media yang benar-benar menganut liberalis murni.

TV lokal Jatim yang mentereng mulai kehabisan energi untuk sekadar menopang biaya operasional. Semua mengatakan profesionalitas pengelola kurang. Namun, yakinlah bahwa bukan soal profesionalisme semata, ada masalah kuasa kapitalisme ekonomi dan struktural yang tidak berpihak pada media penyiaran lokal. Dedy N Hidayat (1993) juga mengatakan soal *barriers to entry atau economies of scale* dan

kemampuan untuk melakukan ekspansi melalui integrasi vertikal dan horizontal dalam pasar yang hanya mungkin dilakukan lembaga penyiaran nasional.

Kebutuhan publik, kepentingan publik, jaminan akses publik semakin menjadi utopis dalam media penyiaran lokal. Logika pasar kapital bisa mendistorsi ruang publik lokal yang setara dan adil itu menjadi bagian seolah-olah adil. Mereka bisa menentukan siapa dan apa yang harus dimunculkan dan dikesampingkan. Mereka juga bisa memutus orang-orang yang tidak memiliki kekuatan modal untuk membayar di *talk show* yang katanya ruang publik *(public sphere).* Mereka juga bisa mendikte apa dan siapa yang perlu ditampilkan di isi media, mengangkat isu-isu yang sejalan dengan logika pasar mereka. Berbagai persoalan publik, kelompok marginal semakin dikesampingkan dan dianggapnya sebagai realitas alami dan wajar.

Semua dijadikan komoditi pasar dan berjalan mengikuti alur pasar. Isu-isu yang sebenarnya merupakan soal strategis bagi publik lokal, tetapi tidak berseiring dengan akumulasi logika pasar akan terus dikesampingkan, sementara yang bisa mendorong akumulasi modal akan terus dieksploitasi terus menerus tiada henti. Komoditas informasi akan selalu memihak kepada kelompok utama pemirsa, kelompok kepentingan mayoritas konsumen media yang memiliki daya beli.

Publik lokal kini juga mulai mengeluh soal besarnya biaya akses ke media publik yang tidak memiliki modal politik dan ekonomi semakin sulit untuk akses ke media. Media terjebak pada logika nilai jual dan bobot politik yang memiliki kepentingan politik besar. Fenomena *blocking time* semarak di berbagai tv lokal dan menjadi suguhan sehari-hari dari aparatus pemerintah dan partai politik. TV lokal menjadi ajang perebutan pencitraan *public relations* lembaga pemerintah dan partai politik dalam jam tayang utama *(primetime).* Publik semakin tidak punya akses untuk ikut serta dalam diskursus di ruang publik itu dan akhirnya media penyiaran lokal hanya menjadi ajang dominasi dan sosialisasi para pejabat pemerintah dan partai politik.

Selera pasar, selera konsumen akan mendorong kekuatan pasar untuk terus memaksimalkan produksi dan akumulasi modal yang muaranya adalah menciptakan konglomerasi dan pemusatan kepemilikan. Jika itu terus berjalan maka yang terjadi adalah pembelian, *takeover atau merger* media penyiaran lokal sehingga lambat laun terjadi homogenisasi siaran dan tidak cukup menambah kekayaan demokratisasi penyiaran melalui siaran yang beragam. Konsentrasi modal dan kepemilikan ini juga menjadi problem mendasar dalam perkembangan tv lokal.

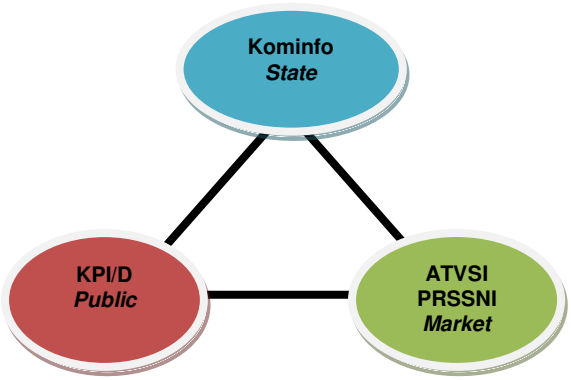
Kualitas informasi dalam penyiaran lokal sangat jelas tergambar manakala konstruksi media mendorong kalangan menengah ke bawah sangat menyukai hiburan dan gosip sementara kalangan atas dan terpelajar sangat menyenangi informasi dan berita. Hal ini menjadi realitas kesenjangan antarkelas dalam masyarakat dan hal ini tidak cukup baik untuk mematangkan demokrasi dan ruang publik media lokal.

Di tingkat internal media, TV lokal sebagai industri dengan logika efisiensi akan menempatkan jurnalis dalam posisi yang lemah. Simaklah bagaimana jurnalis itu hanya diikat menjadi tenaga kontrak, *outsourcing,* dan *free-lance.* Bos pemilik media menjadi raja yang mengharuskan semua menghamba agar tidak di putus kerja. Logika mereka sangat pragmatis yakni menekan biaya produksi demi hasil yang besar.

Logika pasar dan akumulasi modal ini yang paradogs dalam perkembagan tv lokal. Sangat jelas, proses komodifikasi tayangan tidak selalu berseiring dengan kepentingan publik. Impitan dominasi pasar dan negara inilah yang membuat tv lokal gamang. *Public sphere* media lokal tempat dimana publik lokal bisa menyelenggarakan siaran yang demokratis dan rasional dan bisa mendefinisikan kebutuhan dan kepentingan mereka menjadi semakin jauh untuk diciptakan. Justru yang muncul adalah diktator-diktator baru yang menciptakan ruang dominasi dan intervensi baru pada publik lokal.

Sementara, dominasi tv Jakarta menurut Ade Armando (2007) juga memiliki implikasi sangat serius bagi perkembangan tv lokal. Pertama, Jakarta mendikte isi siaran sesuai dengan selera Jakarta. Rujukan nilai isi siaran televisi adalah standar budaya Jakarta. Kedua, masyarakat daerah sama sekali tidak dapat memanfaatkan televisi sebagai sarana informasi mengenai daerahnya sendiri. Ketiga, segenap keuntungan ekonomi yang diperoleh dari kegiatan pertelevisian hanya bisa dinikmati oleh Jakarta. Pengiklan hanya perlu membayar stasiun televisi di Jakarta untuk kepentingan pemasaran produknya, tanpa perlu sedikit

pun mengucurkan uang kepada daerah-daerah di luar Jakarta yang dijadikan sasaran penjualannya. Keempat, bisnis pertelevisian tersebut tidak menumbuhkan industri pendukung maupun lapangan pekerjaan di daerah luar Jakarta.



** ***Interplay*** **Kepentingan Aktor**

Media Lokal: ***Never Ending Process of Becoming***

Publik harus sadar bahwa semua tidak lepas dari sejarah terbentuknya realitas media penyiaran lokal yang cukup panjang. Semua itu menjadi realitas yang turut mengkonstruksi realitas saat ini dalam media penyiaran lokal. Keterkaitan antara agen, struktur, lingkungan internal dan eksternal yang berlangsung dalam situasi yang tidak *vacuum* dan berlangsung sepanjang waktu. Semua turut memberi kontribusi dan memengaruhi satu sama lain. Semua bergerak dalam wilayah yang menurut bahasa Dedy N Hidayat (2004) *never ending process of becoming*. Satu sama lain saling memengaruhi dalam batas-batas sumber daya yang berbeda.

Konstruksi pasar juga akan dipenuhi dominasi antarkelompok karena riilnya sumber daya yang dimiliki masing-masing pihak juga terbatas. Realitas simbolik antar agen dan struktur ditingat lokal juga akan menjadi realitas yang menarik diamati karena menjadi sumber relasi kuasa masing-masing pihak. Media penyiaran jelas memegang peranan penting untuk menkontruksi realitas simbolik. Hal ini sekaligus sebagai ruang untuk memperebuatkan kuasa dan hegemoni.

Media penyiaran akan menjadi ruang strategis yang diperebutkan sampai kapan pun. Akhirnya, media penyiaran juga memiliki logika sendiri utuk turut mengkontruksi realitas itu. Kita bisa menyaksikan bagaimana kampaye media tv dan tayangan-tayangan persuasif media lokal untuk kepentingan *agenda setting* setiap hari didesak-desakkan dalam ruang siaran media lokal. Pertarungan ini akan berlangsung sepanjang waktu dan media sebagai *symbolic realism* tetap menjadi ruang yang terus diperebutkan tiada henti.

Media penyiaran lokal sejatinya memiliki kuasa yang besar di konstelasi politik dan budaya masyarakat lokal. Kendati semua adalah konstruksi, tetapi logika pasar media selalu lebih memilih pragmatis-aman, yakni menjadi *partner* penguasa dari pada *partner* publik. Media, politisi, pengusaha, pemerintah berlomba mengisi ruang publik tersebut dan mengkontruksi realitas simbolik sepanjang waktu untuk memeroleh kuasa dan legitimasi sepanjang waktu. Dalam pembangunan media penyiaran lokal tentu tidak boleh berdalih bahwa sesuatu tidak bisa dibentuk, *toh* kenyataan semua aktor yang memiliki akses ke media juga membentuk realitas simbolik melalui acara media tv.

Ke depan, semakin diperlukan ruang yang berimbang antaraktor agar ruang media penyiaran menjadi lebih demokratis. Keragaman kepemilikan jelas menjadi jawaban atas dominasi pihak tertentu atas informasi di ruang publik. Keberagaman isi jelas menjadi jawaban juga atas dominasi konstruksi *mainstream* media. Objektivitas menurut Dedy N Hidayat (1999) akhirnya akan dapat ditemukan dalam ruang intermedia di lembaga penyiaran lokal

Kini, secara faktual publik lokal patut 'sedikit' berbahagia. Mereka telah memiliki televisi dengan acara yang dekat dengan kehidupannya. Program acara yang membuat mereka bisa masuk tv sesuai kebutuhan dan harapanya. Mereka mulai bisa menjadi subyek dan tidak sekadar menjadi

kumpulan ’kepala’ yang dihitung oleh lembaga rating lalu dijual kepada para pemasang iklan. Publik bukan hanya penerima tetapi juga pemasok acara dan pelaku industri penyiaran daerah.

Sebagai sebuah hasil konstruksi, maka ke depan kita akan melihat bagaimana *interpla*y antaragen dan struktur itu mengkontruksi realitas dalam media penyiaran lokal yang sesuai fakta dan kebutuhan riil publik. Agenda ke depan tv lokal yang menciptakan kedaulatan publik lokal juga menjadi wilayah kajian yang menarik untuk dicermati. TV harus mengingat aspek kesejarahan bahwa ia hadir untuk mengembalikan tv lokal sebagai ruang publik yang sebenar-benarnya. Sejatinya, tempat publik bisa melakukan diskusi yang rasional, membentuk opini mereka dan menjalanan superfisi atas kepentingan yang menyangkut mereka. Tempat ini adalah tempat indah bagi publik lokal, tempat semua warga memiliki akses yang sama, berpartisipasi dalam kedudukan yang sama dan sejajar bebas dari dominasi negara dan pasar. (Dedy N Hidayat, 2003)

Akhirnya, pembahasan dinamika penyiaran lokal tetap tidak bisa dipisahkan dalam dinamika penyiaran nasional. Konteks makro, meso, dan mikro penyiaran akan terus berkelindan membentuk konstruksi lanskap penyiaran lokal. Dalam pendahuluan buku ini kita bisa menyimak konteks makro lalu menuju meso dan mikro. Analisis di tingkat mikro akan dapat menjawab kekhasan media penyiaran lokal, sementara analisis di tingkat makro akan mengaitkan keberadaan stuktur di tingkat nasional yang memengaruhi penyiaran di daerah. Potret yang tidak kalah serius adalah tautan makro dan mikro, apakah tumbuhnya beragam media penyiaran lokal dapat berakselerasi dengan kedaulatan dan partisipasi publik. Apakah keberadaan penyiaran lokal saat ini sudah sesuai dengan kehendak demokratisasi penyiaran yang memberi ruang media penyiaran lokal menjadi tuan rumah di wilayah siarannya. Hal ini sesungguhnya yang ingin digambarkan dalam rangkaian tulisan di buku ini.

Konsepsi

Media Penyiaran Lokal

Konsepsi Media Penyiaran Lokal

Munculnya media penyiaan lokal tidak lepas dari gerakan reformasi tahun 1998. Isu demokratisasi, otonomi daerah, frekuensi sebagai ranah publik dan demokratisasi penyiaran adalah isu-isu yang turut mendorong lahirnya media penyiaran lokal.(Agus Sudibyo, 2004). Berseiring dengan meningkatnya kekuatan *civil-society*, gerakan untuk mendesakkan ke-daya-an warga juga berimbas pada kepemilikan media. Masyarakat menuntut hak untuk dapat ikut serta berpartisipasi dalam penyiaran baik dalam bentuk turut mengelola maupun turut memiliki.

Melalui UU 32/2002, peluang partisipasi warga dalam media penyiaran dibuka lebar. Regulasi ini juga memberi pengakuan hukum atas eksistensi lembaga penyiaran lokal. Bahkan, dalam pasal 31 ayat (1) UU 32/2002 menyebut bahwa lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan/atau stasiun penyiaran lokal. Hal ini tidak saja menjadi legitimasi atas keberadaan penyiaran lokal, tetapi sekaligus keberadaan tv nasional yang semakin dibatasi.

Keberadaan media penyiaran lokal, sebagai bayi ajaib hasil reformasi juga diperkuat oleh kesadaran warga tentang demokrasi dan pruralisme yang mulai menguat baik kultural, sosiologis, maupun ekonomis sehingga mendorong warga 'berani' mendirikan lembaga penyiaran lokal, khususnya yang berbasis komunitas. Keberadaan media penyiaran lokal juga semakin diperkuat dengan hadirnya asosiasi lembaga penyiaran televisi maupun radio. Asosiasi televisi lokal Indonesia (ATVLI) berdiri pada 26 Juli 2003 dan Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal (ARSLI) pada 2002 turut menandai babak baru keberadaan dan kebangkitan media penyiaran lokal.

Dalam perkembangannya, diskursus tentang media penyiaran lokal mulai ramai diperbincangkan. Namun, diskursus tersebut menurut Agus Sudibyo (2004) berjalan tanpa satu arah pemahaman yang sama tentang penyiaran lokal yang komprehensif. Menurut Agus Sudibyo (2004) identifikasi tv lokal yang merujuk pada jenis lembaga penyiaran swasta, komunitas, dan publik memiliki kedudukan dan fungsi yang berbeda sehingga spirit membangun penyiaran tv lokal itu sejatinya hendak membangun lembaga penyiaran yang mana juga belum jelas.

****

Terkait diskursus penyairan lokal, selama ini penyebutan penyiaran lokal hanya didasarkan atas pertimbangan aspek geografis dan jangkauan semata. Seperti penyebutan tv/radio lokal hanya dalam kerangka untuk *head to head* dengan tv nasional/radio jaringan. Karena pertimbangan tersebut, maka radio/tv lokal selama ini hanya dikenal dan dipahami terbatas pada radio/televisi swasta (komersial). Guna mendapatkan pemahaman yang komprehensif yang tidak semata didasarkan atas pertimbangan geografis, tetapi juga semangat psikografis, sumber daya lokal maka radio/tv lokal juga meliputi radio/tv komunitas dan radio/tv publik lokal.

Agar diperoleh pemahaman yang komprehensif maka TV lokal dapat didefisikan sebagai lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia di daerah yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, memroduksi dan memancarkan siaran dari daerah dengan layanan *(service)* dan jangkauan *(coverage)* area terbatas dengan program acara sebagian besar berisi muatan *(content)* lokal. Demikian juga radio lokal adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia di daerah yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio, memroduksi dan memancarkan siaran dari daerah dengan layanan *(service)* dan jangkauan *(coverage)* area terbatas dengan program acara sebagian besar berisi muatan *(content)* lokal

Atas dasar definisi tersebut, maka penyiaran lokal termasuk tv lokal disamping berkedudukan sebagai badan hukum di daerah juga mengusung lokalitas dalam program acara yang ditayangkan. TV lokal mestinya kental dengan ciri-ciri tersebut. Secara rinci, Iswandi Syahputra (2011) juga mengidentifikasi televisi lokal sebagai :

1. Stasiun televisi yang berbadan hukum lokal dengan teritorial mengacu pada rencana induk penataan frekuensi oleh pemerintah
2. Bermuatan siaran lokal
3. Menggunakan sumber daya lokal
4. Berdomisili sesuai badan hukum lokal
5. Mengutamakan modal pada masyarakat lokal

Dengan demikian dapat dikonsepsikan bahwa ***media penyiaran lokal tidak semata-mata menyangkut persoalan jangkauan geografis yang menjadi wilayah layanan (service area) siaran dan wilayah jangkauan (coverage area) siaran yang terbatas di tingkat lokal, tetapi juga mengandung muatan isi siaran lokal, pengunaan sumber daya (sdm,modal,teknologi) lokal, berkedudukan hukum di tingkat lokal, dan turut memberi kontribusi terhadap perekonomian dan pengembangan sumber daya lokal.***

Sepanjang media penyiaran baik tv maupun radio yang meliputi jenis penyiaran swasta (LPS), komunitas (LPK), publik (LPP), dan berlangganan (LPB) dapat memenuhi ketentuan diatas maka ia dapat dikategorikan sebagai lembaga penyiaran lokal. Pengembangan media penyiaran lokal tidak bisa diarahkan pada jenis media penyiaran tertentu mengingat antara satu jenis penyiaran dan lainnya pada dasarnya saling melengkapi dan saling melakukan kontrol untuk menciptakan iklim penyiaran lokal yang sehat sebagaimana amanah UU 32/2002.

***

Jika dicermati, dalam UU No. 32/2002 pasal-pasalnya tidak lagi dikenal sebutan tv swasta nasional. Lembaga penyiaran televisi, sebagaimana disebut dalam undang-udang tersebut terdiri atas stasiun penyiaran lokal dan stasiun penyiaran jaringan. Dengan demikian TV swasta nasional harus merubah diri menjadi tv lokal berjaringan yang berkedudukan sebagai badan hukum tv lokal. Hal yang membedakan hanya terletak pada posisi sebagai stasiun berjaringan dan stasiun lokal tidak berjaringan. Bagi yang berjaringan, mereka akan memiliki area layanan dan jangkauan yang lebih luas. Jika hal ini dapat dilaksanakan secara konsekuen maka akan membuat tatanan penyiaran nasional lebih adil dan akan dapat mendorong iklim persaingan dan bisnis tv yang lebih fair.

Selama ini masyarakat, khususnya pemilik modal banyak yang tertarik untuk mendirikan tv lokal komersial (swasta) dibandingkan tv komunitas yang berwatak sosial. Hal ini bisa dipahami mengingat pendirian tv membutuhkan modal besar dan memiliki potensi untuk memperoleh keuntungan dari bisnis usaha penyiaran. Kendati harus disadari, kerapkali watak khas tv komersial sebagai usaha ekonomi membuat tv lokal swasta kerap gamang dalam memerjuangkan potensi lokal yang tidak bisa mendatangkan kapital. Tak syak lagi, TV lokal komersial seolah hampir sama dengan tv swasta nasional. Hal yang membedakan hanya terletak pada besaran investasi, jangkauan, dan segmentasi.

Media penyiaran dalam kaitan dengan penggunaan domain publik memiliki kekhasan yang berbeda dengan jenis media massa yang lain. Secara prinsip media penyiaran menggunakan domain milik publik yakni frekuensi yang jumlahnya terbatas. Artinya, aset publik yang berupa frekuensi sebagai medium penyiaran yang jumlahnya terbatas maka sebenarnya sejak awal media penyiaran berpotensi monopoli sehingga perlu diseleksi secara fair. Sebagaimana diketahui bahwa jumlah kanal frekuensi yang bisa dipakai di wilayah tertentu terbatas, dan jika kanal sudah dipakai maka ia tidak bisa dipakai pihak lain. Karena itu, posisi kanal frekuensi ini adalah pinjam pakai dari aset milik publik yang diamanahkan kepada pengelola media penyiaran untuk digunakan menyelenggarakan siaran secara bertanggungjawab. Dengan demikian, penggunaan kanal publik yang terbatas ini harus digunakan secara bertanggungjawab.

***

Dinamika Lembaga Penyiaran Lokal

(Kasus Media Lokal Jawa Timur
Dalam Era Transisi Reformasi (2004-2010)

Dinamika Lembaga Penyiaran Jawa Timur
Dalam Era Transisi

Studi tentang perkembangan media penyiaran lokal tidak cukup diperhatikan dari faktor ekonomi, politik, dan budaya semata. Agar diperoleh pemahaman yang utuh maka perlu diberikan perhatian pada upaya untuk mengungkap *historical situatedness* (Dedy N Hidayat, 2001). Perkembangan media penyiaran di Jawa Timur yang dinamis tidak lepas dari aspek historis yang melingkupinya. Berbagai peristiwa yang menjadi latar perkembangan media penyiaran Jawa Timur menarik untuk diungkap sehingga bisa disikapi secara kritis.

Kondisi lembaga penyiaran lokal pada masa orde baru hingga menjelang kejatuhannya pada 1998 bisa jadi tidak terlampau berbeda keadaannya di berbagai daerah yakni lebih banyak mengemban misi sebagai *state idiological apparatus* yang juga memberi peluang pada pasar terbuka. Rezim penyiaran *authoritarian-corporatism* membuat kepemilikan media berada terpusat pada kelompok tertentu yang memiliki kedekatan dengan kekuasaan. Di sisi lain, tekanan pasar yang berorientasi pada keuntungan kapital, membuat para pemain yang memiliki kedekatan dengan penguasa terus mendukung otorisasi kekuasaan dan mengambil posisi status quo untuk sama-sama mengamankan kepentingan termasuk melanggengkan kuasa media hingga dapat berbagi dari hasil bisnis media. Posisi yang *mutual symbiosis* tidak hanya berlangsung di tingkat pusat (Jakarta, pen), tetapi juga di daerah. Situasi ini terlihat dalam kedekatan antara para pengusaha lokal dan pemegang kekuasaan baik di daerah maupun di Jakarta.

Kondisi ini membuat lembaga penyiaran *eksisting* memeroleh banyak *privilege* hingga mereka dapat bertahan dan berkembang dengan baik. Guna melangengkan kuasa ini, radio eksisting melalui asosiasi radio swasta yakni Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) getol menguatkan kuasa dan pengaruhnya dalam penyiaran di daerah. Organisasi ini tidak sekadar menjadi organisasi komunikasi antarpengelola radio swasta, tetapi juga menjadi rezim baru yang turut menentukan 'haru biru' lembaga penyiaran baru di daerah. Hal ini di antaranya dapat dilihat dalam peran strategis mereka untuk urusan perizinan baru radio di daerah. Pada masa orde baru, pendirian radio baru harus memeroleh rekomendasi dari PRSSNI daerah. Kuasa ini yang membuat, PRSSNI daerah seperti di Jawa Timur memiliki relasi kuasa yang besar terhadap penyiaran di daerah. Tak ayal, asosiasi ini terlihat kuat, mapan dan lembaga penyiaran yang menjadi anggotanya banyak memeroleh keuntungan dan perlakuan istimewa dalam penyeleggaraan siaran radio swasta.

Kuasa organisasi asosiasi ini pada masa orde baru dalam penyiaran radio tak ada tandingnya. Mereka memiliki struktur yang lengkap dan mapan hingga di seluruh di seluruh Kabupaten/Kota di Jawa Timur. Bahkan, dalam kepengurusan PRSSNI daerah Jawa Timur, mengingat jumlah anggotanya cukup besar, pernah dibuat koordinator wilayah untuk memudahkan koordinasi dan manajemen asosiasi. Kuasa dan jumlah anggota yang besar ini membuat lembaga penyiaran eksisting menikmati madu yang panjang selama masa orde baru. Harus diakui bahwa *performance* radio swasta di bawah asosiasi PRSSNI daerah seperti di Jawa Timur cukup mapan. Asosiasi juga mendapat dukungan finansial yang cukup dari anggota sehingga program-program asosiasi dapat dijalankan dengan baik.

Sebagai organisasi asosiasi, PRSSNI di daerah yang menaungi radio eksisting, selalu mengambil posisi konservatif dalam pengajuan izin baru lembaga penyiaran radio. Hal ini wajar mengingat pertambahan radio baru akan turut mengancam kemapanan radio eksisting. Guna memperkuat jejaring dan kuasa dalam bisnis radio, tidak sedikit para pemilik radio di bawah PRSSNI yang memiliki 2-5 radio di Jawa Timur. Solidaritas antarpemilik media juga amat tinggi. Jika ada pengusaha radio yang ingin menjual kepemilikannya bisa dipastikan hanya berputar pada sesama pengusaha radio yang tergabung dalam PRSSNI. Kondisi ini yang membuat pengusaha lain dan para pemain baru cukup sulit masuk dalam lingkar inti, kecuali memiliki kedekatan dengan pengurus PRSSNI. Tak ayal, lembaga penyiaran *eksisting* mampu tampil dominan di berbagai daerah dan kondisinya sebagian besar mapan baik manajerial, isi siaran maupun teknologi.

Kondisi ini berkebalikan dengan radio swasta baru non PRSSNI. Di awal kelahiran radio swasta non-PRSSNI nampak sebagian besar masih kurang mapan. Memang ada beberapa yang nampak mapan, tetapi

itu karena pengalaman beberapa pegelolanya adalah mantan pekerja senior di radio eksisting anggota PRSSNI. Jika mau jujur, sebenarnya radio baru banyak yang berminat masuk dalam asosiasi PRSSNI. Namun, dari pengakuan mereka kepada penulis, sebagian besar mereka kesulitan bergabung karena tidak mampu memenuhi persyaratan menjadi anggota, khususnya dalam pembiayaan awal sebagai anggota. Patut juga diketahui bahwa para pemilik radio baru di luar PRSSNI biasanya terbatas dukungan (cekak) modal. Mereka akhirnya membentuk asosiasi baru, di antaranya untuk mengatasi kendala soal pembiayaan yang dibebankan pada anggota asosiasi.

Menjelang tahun 2004, seiring dengan regulasi baru, kondisi asosiasi radio swasta seperti PRSSNI dalam perizinan mulai melemah perannya. Di samping karena munculnya lembaga negara independen, juga munculnya asosiasi radio lain seperti Asosiasi Radio Swasta Lokal Indonesia (ARSLI) yang akhirnya menjadi tandingan PRSSNI di daerah. Beberapa radio baru yang muncul mandiri sudah mulai konsolidasi dalam wadah baru organisasi ini. Keberadaan asosiasi baru ini pada awalnya memang di pandang sebelah mata. Bahkan, karena sebagian besar anggotanya adalah radio baru maka mereka tidak memiliki dukungan finansial yang cukup. Tak ayal, organisasi ini dalam perjalanan tampak terlihat kedodoran. Program kerjanya pun kerap terkendala, masih kalah pamor dengan PRSSNI daerah di Jawa Timur. Dari pengamatan penulis, anggota yang masuk dalam ARSLI sebagian besar adalah radio swasta yang masih dalam proses perizinan.

Sejak munculnya Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur tahun 2004, konstelasi rezim penyiaran mulai berubah. Kebijakan perizinan lembaga penyiaran baru sudah mulai bergeser ke badan independen ini. Dalam padangan anggota KPID Jatim Jilid I, lembaga ini cukup *legitimate* sehingga memiliki kuasa untuk mengatur lembaga penyiaran Jatim. Apalagi, KPID sebagaimana digambarkan Sirikit (2008) KPID bukan sekadar *regional office* atau kantor cabang dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) pusat, tetapi KPID memiliki otonomi dan independensi. Atas dasar pemikiran ini, KPID sebenarnya memiliki kuasa penuh atas lembaga penyiaran. Keberadaan asosiasi, yang selama ini memiliki peran besar dalam pengaturan rado mulai berkurang. Bahkan, jika ada radio yang tidak bergabung dalam asosiasi pun tidak memiliki implikasi serius mengingat untuk akses ke KPID adalah orang/badan hukum penyiaran. Bahkan, Redi Panuju (2008) selalu berseloroh sebenarnya keberadaan asosiasi sudah kehilangan kuasanya dalam mengatur penyiaran daerah sejak disahkannya KPID.

Dalam perjalanannya menata penyiaran, KPID Jilid I (2004-2006) ternyata menghadapi tantangan yang berat. Dinamika pengaturan penyiaran daerah yang kompleks serta tekanan dan tautan kepentingan yang rumit membuat konflik antaranggota menjadi friksi terbuka. Mereka terjebak dalam masalah internal yang pelik, hingga tugas utama menata penyiaran daearah menjadi kacau balau. Sirikit Syah (1998) memberi catatan gamblang mengenai persoalan ini yang mengungkap bahwa kegagalan mereka lebih banyak di picu oleh konflik internal. Menurut Sirikit, persoalan paling *crucial* bagi KPID Jatim jilid I ini adalah ketidaksamaan paradigma, persepsi, visi dan misi di antara anggota KPID sendiri. Banyak hal menjadi *deadlock* di meja pleno dan tidak mampu mengambil keputusan strategis. Akhirnya, kepengurusan KPID Jawa Timur jilid I ini dibekukan. Situasi penataan lembaga penyiaran menjadi *vacuum* kembali dan beberapa pengamat mengatakan di masa ini lembaga penyiaran Jatim kembali ke hutan belantara tanpa panduan yang jelas. Masa ini penulis sebut sebagai fase kritis babak II lembaga penyiaran Jatim.

***

Tahun 2006 dimulai babak baru lagi untuk mengisi anggota KPID Jatim jilid II. Melalui proses yang panjang (hampir 7 bulan, pen) dan melibatkan publik dalam menilai kapasitas dan kredibilitas komisioner, rezim penyiaran Jatim kembali di bentuk dan disahkan Gubernur melalui SK Gubernur Jatim No. 188/216/KPTS/013/2007 tertanggal 5 Juni 2007. Dalam perjalanan mengemban amanah ini, komisioner KPDI Jatim Jilid II mulai bekerja maraton. Bulan September 2007, seiring dengan terbentuknya sekretariat KPID, komisioner mulai menapaki babak baru dalam penataan lembaga penyiaran Jawa Timur. Lembaga penyiaran di Jawa Timur di data ulang dan kemudian di ciptakan mekanisme perizinan yang transparan untuk menuntaskan perizinan yang terkatung-katung. Melalui dialog publik dengan *stakeholders* penyiaran di Jatim, KPID memeroleh banyak tanggapan, masukan, dan solusi terbaik dalam mengurai karut marut

bidang perizinan. Hasil konsultasi publik ini lalu dibuat mekanisme perizinan melaui sistem kloter buka-tutup. Sistem ini berbeda dengan daerah lain, yakni pendaftaran tidak dibuka sepanjang waktu dan disesuaikan dengan ketersediaan frekuensi dan daya dukung ekonomi daerah.

Lembaga penyiaran baru yang mengurus perizinan mendukung penuh upaya KPID ini dan mematuhi mekanisme yang tertuang dalam peraturan KPID No. 2/2007 tentang mekanisme perizinan lembaga penyiaran di Jawa Timur. Namun, tidak demikian halnya dengan lembaga radio eksisting, mereka tetap melakukan perlawanan terselubung dengan mencoba mem *by-pass* KPID dengan langsung menuju loket ke Jakarta. Namun, ternyata upaya ini juga sia-sia dan tidak membuahkan hasil. Kominfo pusat juga tidak mau menerima perizinan baru tanpa melibatkan KPID. Akhirnya, dengan berat hari, lembaga eksisting termasuk anggota PRSSNI daerah Jatim turut serta dalam kloter perizinan I untuk penyesuaian ijin radio eksiting.

Ikhtiar untuk menata lembaga penyiaran ini cukup terjal. Tautan kepentingan antara KPID, PRSSNI, Pemprov Jatim sangat jelas terlihat. Masing-masing lembaga berusaha menunjukkan kuasa dan kewenangannya. Bagaimana pun pengaruh PRSSNI dalam ranah penyiaran daerah sangat kuat, sementara KPID sebagai representasi publik juga tidak mau dipandang sebelah mata. KPID bersikukuh mekanisme pengajuan lembaga penyiaran melalui loket KPID sebagai loket daerah sebelum maju ke Jakarta. Tarik ulur kepentingan ini akhirnya berjalan alot dan membuat hubungan kelembagaan sedikit tegang.

Rivalitas ARSLI dan PRSSNI, khususnya dalam menjaring anggota baru juga menjadi cerita menarik dalam perjalanan lembaga penyiaran radio di Jawa Timur. Problem ternyata tidak berhenti dalam skala itu, eksekusi kebijakan juga kerap menghadapi tafsir yang beragam karena belum keluarnya aturan teknis. Diskresi KPID Jatim tentu saja sering menghadapi gugatan di sana sini. Tidak hanya di daerah, tekanan kuat juga banyak berasal dari lembaga penyiaran Jakarta yang ketinggalan untuk mengajukan proposal di Jawa Timur. Mereka tidak memeroleh informasi untuk melakukan registrasi kembali atas berkas proposal yang dimasukkan pada masa sebelumnya.

Tekanan dari orang/lembaga pengaju proposal yang ketinggalan itu di lakukan melalui berbagai cara, tetapi KPID terus melanjutkan proses perizinan sesuai SK No. 2/2007. Tekanan dari luar ini justru menjadikan KPID Jilid II solid untuk mengawal perizinan penyiaran di Jawa Timur. Friksi antaranggota sebagaimana pernah terjadi dalam periode sebelumnya tak terlihat. Bisa jadi hal ini terjadi karena tekanan dari luar cukup besar hingga kepengurusan KPID II menjadi solid untuk menghadapi tekanan demi kepentingan independensi lembaga.

KPID Jatim jilid II sepanjang 2008-2009 bekerja maraton menyelesaikan proses perizinan sebagai prioritas utama. Dalam jangka waktu 2 tahun, hampir sebagian besar lembaga penyiaran telah menyelesaikan proses evaluasi dengar pendapat (EDP) dan sebagian juga sudah diproses dalam forum rapat bersama (FRB) di Jakarta. KPID Jatim Jilid II memang bukan tanpa cela, pemeriksaan terhadap kepemilikan lembaga penyiaran memang sulit hingga diperlukan berbagai *cros-check* untuk mendeteksi kepemilikan lembaga penyiaran. Namun, melalui pelibatan berbagai pihak, dan verifikasi faktual, konsentrasi kepemilikan media itu bisa diminimalisasi secara signifikan. Memang para pemilik media baru pada akhirnya beberapa diketahui juga berasal dari pemain lama yang sebelumnya telah memiliki media penyiaran.

Dalam kasus kepemilikan media televisi lokal baru justru menunjukkan tren yang unik. Para pemohon tv lokal sebagian besar adalah para pemilik radio di daerahnya masing-masing. Di luar JTV, sebagian besar adalah pemilik radio yang mencoba untuk melakukan diversifikasi usaha penyiaran guna memperkuat perolehan iklan dan pendapatan dalam bisnis media penyiaran.

Geo-Politik Media Penyiaran Jatim

Kondisi lembaga penyiaran Jatim pada 2008-2009 terlihat mulai kondusif. Peta lembaga penyiaran beserta tahapan perizinan lembaga penyiaran baru cukup memberi petunjuk dan kompas jalan dalam melakukan prioritas kegiatan penataan termasuk melakukan diskresi kebijakan. Definisi legal dan ilegal terhadap lembaga penyiaran juga mengalami perluasan. Penyikapan terhadap ilegal, lembaga penyiaran di Jatim memiliki derajat yang berbeda. Ilegal memiliki derajat yang bertingkat mulai dari tidak melakukan

permohonan perizinan sama sekali dan melakukan pengajuan izin. Lembaga yang mengajukan ijin juga memiliki derajat yakni 1) sudah diverifikasi faktual, 2), sudah diperiksa melalui pra EDP I, 3) sudah diperiksa melalui para-EDP II, 4) sudah mengikuti EDP, dan 5) sudah memeroleh Rekomendasi Kelayakan (RK). Setelah itu masuk tahap di tingkat pusat 6) Pra FRB, 7) lolos FRB, 8) lolos Uji coba siaran, 9) IPP Sementara 10) IPP tetap. Tahapan yang cukup panjang untuk mendapatkan izin/lisensi penyiaran.

Peta ini cukup membantu tahap eksekusi kebijakan di lapangan dan mengambil penyikapan terhadap penegakan hukum penyiaran di Jawa Timur. Status ilegal yang dipetakan KPID Jatim juga mendapat dukungan dari lembaga penegak hukum seperti Polda dan Balmon Kelas II Surabaya. Dalam tahap awal penegakan hukum, KPID Jatim Jilid II memberi restu ditegakkan terhadap lembaga penyiaran yang memang tidak mengurus perizinan. Masalah memang begitu kompleks dan langkah ini menjadi pilihan terbaik agar keberadaan lembaga penyiaran ilegal tidak menjamur di Jawa Timur.

Karakter penegakan hukum berdimensi sosiologis ini kerap diambil KPID Jatim Jilid II karena dianggap membawa maslahat dan manfaat bagi penataan lembaga penyiaran Jawa Timur. Sejak tahun 2008, memang tidak dibuka kembali loket pendaftaran lembaga penyiaran kecuali untuk lembaga penyiaran berlangganan. Hal ini agar perizinan lembaga penyiaran yang masuk dalam kloter I bisa tuntas dan sekaligus menekan keberadaan penyiaran ilegal.

Menjelang tahun 2009, proses forum rapat bersama (FRB) di Jakarta sudah mulai digelar. Lembaga penyiaran di Jawa Timur yang mendapatkan rekomendasi kelayakan juga mulai dibahas di Jakarta. Hal ini mengembirakan karena lembaga penyiaran mendapat *progress* yang jelas dalam status perizinan mereka. Proses pembahasan perizinan di tingkat pusat juga menjadi kajian yang menarik. Dalam pembahasan kanal, KPID selalu dalam posisi moderat, sementara ditjen postel selalu konservatif, khususnya menyangkut ketersediaan frekuensi sebagai sarana penyiaran. Ditjen Sarana Komunikasi Desiminasi Informasi (SKDI) Kominfo kerap menjadi penengah dalam *vis a vis* KPID dan ditjen postel. Pembahasan selalu berlangsung mulus jika ketersediaan kanal mencukupi, tetapi sidang akan berlangsung seru jika ketersediaan kanal sedikit atau tidak sebanding dengan jumlah rekomendasi kelayakan yang diterbitkan KPI/D.

Sebagian besar kanal frekuensi di daerah memang sudah di isi lembaga eksisting. Bahkan, menurut sumber terpercaya menjelang reformasi terjadi obral besar frekuensi tanpa proses yang transparan dan akuntabel. Hasilnya, di beberapa kota besar ketersediaan frekuensi tinggal 5%, dan itu pun akhirnya di cadangkan untuk LPP. Sementara banyak di daerah lain yang sudah tidak ada lagi alokasi frekuensi. Sisa 2 kanal di masing-masing Kab/Kota menurut ditjen postel tetap dicadangkan untuk LPP. Perang tafsir peraturan dan dasar hukum selalu menarik dalam proses forum rapat bersama (FRB) di Depkominfo.

Proses pembahasan perizinan radio untuk wilayah yang padat sering mengalami penundaan karena jumlah kanalnya terbatas, sementara pembahasan untuk daerah yang kanalnya tersedia biasanya berlangsung lancar. Menjelang 2010 beberapa lembaga penyiaran telah menyelesaikan proses FRB di Jakarta dan sekaligus menandai babak baru tuntasnya perizinan tahap I di Jawa Timur. Pemberian Ijin Penyelenggaran Penyiaran (IPP) yang dilakukan KPID bulan Maret 2010 kepada lembaga penyiaran radio dan televisi di Jawa Timur menandai skeptisme publik dan babak baru penyiaran di Jatim dengan silang sengkarut status ilegal-legal lembaga penyiaran yang berlangsung cukup lama.

***

Jika dianalisis, pasca 2007 lembaga penyiaran di Jawa Timur, khususnya radio komunitas meningkat pesat. Jika di urutkan berdasarkan jumlah lembaga penyiaran dan asal daerah yang mengajukan izin radio komunitas di Jawa Timur adalah Jombang, Jember, dan Banyuwangi. Bahkan pada saat penulis melakukan verifikasi faktual di wilayah Jember, ditemukan fakta bahwa di daerah pinggir perkotaan di dalam satu Rukun Warga (RW) berdiri 3 hingga 5 radio komunitas. Kondisi ini tentu tidak menguntungkan bagi lembaga penyiaran eksisting sehingga mereka terus meminta ketegasan Balmon dan KPID untuk melakukan *sweeping* penggunaan kanal ilegal. Keberadaan radio komunitas tersebut jika mau dicermati memang tidak mencerminkan kebutuhan komunitas setempat dan terkesan coba-coba, khususnya bagi anak-anak muda yang memiliki keterampilan mengutak-atik elektronika. Di daerah pinggiran Jombang, banyak lembaga penyiaran komunitas yang *service areanya* sama seperti radio swasta karena

pemancarnya ditempatkan di wilayah dataran tinggi. Sebagian besar pemilik radio LPK adalah mereka yang memiliki pengetahuan tentang elektronika dan perbengkelan.

Analisis terhadap keberadaan lembaga LPK di Jatim, didapatkan kecenderungan besar bahwa selama banyak yang tidak memiliki basis komunitas secara riil. Rakom lebih banyak dari inisiatif personal, *hobby* dan basis komunitas yang lemah. Asal daerah yang mengajukan lembaga penyiaran komunitas pada kloter I tahun 2007. Banyuwangi (14), Jombang (12), Kediri (5), Surabaya (5), Malang (5), Sidoarjo (4), Jember (4), Tulungagung (3), Trenggalek (2), Blitar (2), Batu (2), Madiun (2), Magetan (2), Ponorogo (2), Mojokerto (1), Nganjuk (1), Pasuruan(1), Probolinggo(1), Bondowoso(1), Pacitan(1), Sumenep(1). Tak aneh jika Banyuwangi dan Jombang menjadi pusat aktivis para rakom.

Sementara terhadap radio swasta, daerah yang padat pengajuan adalah Surabaya, Malang, Kediri, Banyuwangi, Ponorogo, dan Bojonegoro. Adapun lembaga penyiaran radio baru di Jatim dari peta asal daerah juga masih didominasi daerah perkotaan. Data tahun 2006, 2007 memperlihatkan daerah yang mengajukan izin Radio swasta baru yang mengajukan izin (Surabaya, 19), Madiun (15), Kediri (11), Malang (10), Banyuwangi (10), Ponorogo (10), Bojonegoro (10), Jombang (8), Nganjuk (8), Trenggalek (7), Tuban (6), Blitar (5), Jember (5), Mojokerto (4), Batu (4), Pacitan (4), Lamongan (4), Tulungagung (3), Situbondo(3), Bondowoso(3), Magaten (3), Probolinggo (2), Lumajang (2), Ngawi (2), Bangkalan (2), Sampang (2), Pamekasan (2), Sumenep (2), Sidoarjo (1), Pasuruan (1).

Dari data ini terlihat jika permohonan stasiun radio swasta baru juga masih didominasi daerah perkotaan (Surabaya, Madiun, Kediri, Malang, Banyuwangi). Daerah seperti Ponorogo, Jombang, Nganjuk, Trenggalek, Tuban, Blitar, Jember, disusul daerah piggiran. Keberadaan radio swasta sebagai bisnis membuat siaran lokal menjadi tidak tarasa ke khasannya.

Fenomena ini juga ditambah dengan mulai menurunya *performance* bisnis radio eksisting. Errol Jonathan (2009) pernah mencatat bahwa trend pendengar radio mulai menurun sejak 2002 seiring dengan meningkatnya televisi *free to air*. Lembaga penyiaran eksisting juga banyak yang telah dipindah tangankan dan berganti menajemen untuk menyiasati keadaan.

Gaya siaran radio juga tetap didominasi gaya pop perkotaan dengan segmen anak muda. Radio swasta di Jawa Timur hampir sebagian besar mengambil segmen umum dan program hiburan musik. Fenomena radio *news* hanya ada di kota besar yang digabung dengan liputan *traffic* (lalu lintas). Di beberapa kota besar seperti Surabaya dan Malang, beberapa radio swasta juga mencoba menyasar segmen khusus, seperti radio bisnis, radio wanita, radio *sport*, radio anak-anak, dan radio dakwah.

Sejak reformasi juga mulai muncul siaran radio swasta dengan kelompok pendengar khusus. Fenomena siaran radio mandarin di Surabaya mulai mewabah. Bahkan siaran dilakukan *full* menggunakan bahasa mandarin termasuk saat interaktif dengan pendengar. Siaran model ini telah berulang kali mendapat teguran dari KPID, tetapi nyatanya masih banyak radio yang tidak menggunakan bahasa indonesia untuk acara tersebut. Selain itu, keberadaan radio jaringan sebagai bagian dari fenomena integrasi bisnis vertikal juga menjadi tantangan dalam pengawasan isi siaran. Radio jaringan sering hanya siaran 2-4 jam dan selebihnya me-*riley* dari Jakarta. Hal ini kerap membuat KPID meradang. Dalam berbagai pertemuan denan pengelola, KPID Jatim selalu meminta porsi siaran lokal ditambah dari waktu ke waktu.

Lembaga penyiaran swasta di *rural area,* kondisinya memang banyak yang sulit berkembang. Hal ini karena akses terhadap pemasang iklan dan daya dukung ekonomi daerah setempat tidak mencukupi. Beberapa radio swasta tersebut seperti di daerah Jember akhirnya mencoba mendekati wilayah siaran di daerah urban. Lembaga penyiaran swasta yang dimiliki pondok pesantren dan yayasan di Jawa Timur dalam beberapa hal kerap membinggungkan jika dikategorikan sebagai radio swasta mengingat radio tersebut bersiaran khas untuk komunitas.

Radio siaran swasta yang mestinya bersiaran untuk semua golongan kini juga berkembang tren *blocking time* untuk siaran penganut agama tertentu. Hal ini memang sensitif, tetapi realitasnya radio tersebut adalah swasta, tetapi sepanjang waktu banyak yang bersiaran agama. Sungguh kompleks persoalan radio swasta di Jawa Timur. Tidak hanya menyangkut *performance* bisnis, teknologi, tetapi juga menyangkut isi siaran.

***

Keberadaan tv lokal di Jawa Timur sebenarnya di mulai dari daerah Malang. Wilayah layanan Malang tercatat cukup banyak tv lokal yang tumbuh baik didirikan oleh masyarakat umum maupun oleh kalangan kampus, perguruan tinggi. Perkembangan ini lalu diikuti Surabaya, tetapi jumlahnya tidak sebanyak Malang. Hadirnya JTV yang mengusung siaran regional Jawa Timur membuat JTV memiliki stasiun di semua wilayah layanan di Jawa Timur. JTV akhirnya menjadi ikon siaran lokal televisi lokal di Jawa Timur. Hal ini juga ditunjang mottonya yang siaran 100% Jatim.

TV lokal Surabaya dan Malang menjadi fenomena menarik di Jawa Timur. Keberadaan TV nasional yang berjumlah 10 stasiun dan ditambah 7-10 tv lokal membuat siaran tv *free to air* di kedua kota tersebut semakin padat dan banyak. Mengingat daya dukung ekonomi dan ketersediaan kanal tidak sebanding dengan jumlah stasiun tv yang beroperasi maka sebagian tv lokal terpaksa memakai co-canal untuk menghindari *interferens*.

Sementara di daerah di luar Surabaya dan Malang, jumlah kanal antara 5-6 hanya cukup dan telah dipakai tv Jakarta eksisting. Praktis tv lokal tidak mendapat alokasi kanal. Akhirnya, permohonan tv lokal banyak yang pupus karena ketidaksediaan jumlah kanal di wilayah tersebut.

Adapun asal daerah dan wilayah layanan bagi lembaga penyiaran tv swasta baru yang mengajukan permohonan pendirian LPS TV adalah Surabaya (17), disusul Malang (9), Kediri (4), Batu (3), Jember (3), Madiun (3), Sumenep (2), dan Trenggalek (1), Pasuruan (1), Bondowoso (1), Banyuwangi (1), Pacitan (1), Tuban (1), Bojonegoro (1) dan Lamongan (1). Sementara Lembaga penyiaran tv publik hanya sedikit : Batu (1), Sidoarjo (1).,Lembaga penyiaran tv komunitas: Probolinggo (1) Pasuruan (1)

Dari data ini nampak bahwa daerah perkotaan lebih bayak mendominasi pengajuan tv lokal swasta. Dalam beberapa kasus, terlihat juga daerah yang secara ekonomi sudah padat masih banyak yang berminat mengajukan izin penyiaran. Sementara LP tv publik hanya diajukan dua daerah (Batu dan Sidoarjo).

Menarik di cermati adalah nihilnya LPK TV lokal. Hal ini jelas terlihat jika motif publik mengajukan ijin lebih banyak di dorong kepentingan ekonomi ketimbang pemberdayaan masyarakat. Mulai lunturnya idealisme media lokal menuju ke komersialisasi juga terlihat dari tidak adanya LPK TV yang kuat yang bisa menjadi ikon. Idealisme yang diusung tv lokal untuk menjadi tuan rumah dengan mengusung siaran identitas lokal, memperjuangkan media pemberdayaan lambat laun tak kuasa menghadapi tekanan ekonomi biaya produksi media.

Transisi Lembaga Penyiaran Pemerintah yang Problematik

Menarik juga dicermati transisi lembaga penyiaran di bawah naungan pemerintah. Eksistensi Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) di Jawa Timur menghadapi situasi rumit pascapengesahan UU Penyiaran 32/2002. Radio yang dikelola pemerintah daerah ini sesuai dengan amanat UU 32/2002 tidak memiliki pilihan yang lain kecuali menjadi lembaga penyiaran publik lokal (LPPL). Hal ini mengingat dalam UU Penyiaran tidak dikenal jenis kelembagaan radio pemerintah.

Hampir sebagian besar kabupaten dan kota di Jawa Timur memiliki radio khusus pemerintah daerah (RKPD). Proses transisi juga menghadapi masalah yang kompleks. Tak ayal, kendati sudah disyahkan sejak 7 tahun yang lalu dan munculnya Peraturan Pemerintah tentang lembaga penyiaran publik pada tahun 2005, tetapi hingga kini, radio RKPD masih kesulitan untuk menyesuaikan diri sebagai radio publik LPPL.

Selama ini upaya untuk mengembangkan RKPD selalu menghadapi tantangan yang tidak ringan dan kompleks. Sementara keberadaan LPPL di berbagai daerah kabupaten/kota masih tetap mempunyai peran yang sangat strategis dalam pemberdayaan pontensi daerah. Pemerintah sepertinya masih belum ikhlas dan serius untuk menjadi lembaga penyiaran publik. Proses ini tentu harus terus dikawal agar keberadaan LPP Lokal dapat menjadi bagian dari perhatian dan aset milik publik.

Langkah transisi sebagaimana digariskan dalam peraturan pelaksana teknis memang dilakukan, tetapi terkesan setengah hati. Beberapa tahapan tidak dilakukan sungguh-sungguh. Bahkan, dalam banyak

tahapan, isi proposal RKPD di Jawa Timur sering ditemui *copy-paste*. Nampak bahwa sebagian besar pengelola RKPD belum memiliki pemahaman yang utuh soal penyiaran publik sehingga tidak memiliki kemampuan menerjemahkan dalam manejemen, kelembagaan, dan isi siaran.

KPID Jawa Timur tetap mensyaratkan proses penyesuaian sesuai dengan ketentuan perundangan. Pertama, pemda atas persetujuan DPRD setempat membentuk badan hukum sebagai dasar pendirian radio tersebut. Kedua, segera menyiapkan radio publik menjadi sebuah badan otonom dari pemerintahan daerah. Ketiga, menyiapkan calon dewan pengawas yang terdiri dari unsur-unsur di masyarakat. Dewan pengawas ini yang nantinya akan memilih dewan direksi dan menetapkan kebijakan umum penyelenggaraan penyiaran di radio. Dewan pengawas ini dipilih oleh DPRD dan akan ditetapkan oleh bupati bila radio ini berada di kabupaten atau oleh wali kota bila berada di kota, atau gubernur bila berada di tingkat provinsi. Transisi struktural ini juga sulit dilakukan oleh pengelola RKPD.

Transisi isi siaran juga tidak kalah pelik. Sebagai radio pemerintah yang telah bertahun-tahun menyuarakan kepentingan pemerintah tentu tidak semudah membalikkan tangan untuk menjadi suara masyarakat. LPPL harus merubah paradigma dan visi dari radio pemerintah menjadi radio publik, dengan menekankan adanya partisipasi dan keterlibatan publik dalam program acara yang dikembangkan. Dengan demikian radio publik tidak lagi menjadi suara pemerintah, tetapi lebih menjadi ruang publik bagi tumbuh kembangnya partisipasi publik melalui media informasi.

Hingga saat ini, perkembangan lembaga penyiaran LPP lokal di Jatim masih belum mampu menampilkan *performance* sebagaimana diamanatkan undang-undang. Mereka juga belum dapat menjalankan fungsinya sebagaimana konsep penyiaran publik sebagaimana sudah dijalankan di berbagai negara demokratis yang lain.

Ke depan transisi RKPD ini harus terus dikawal. Tiadanya kejelasan mengenai perubahan kelembagaan dan isi siaran membuat penataan lembaga penyiarakan semakin rumit dan problematik. Sebagian besar pengelola masih belum memiliki gambaran mengenai *roadmap* bagaimana proses transisi pengelolaan menjadi radio yang benar sesuai UU Penyiaran. Selain itu, pemerintah daerah dan pengelola RKPD juga menghadapi transisi budaya yang berat untuk bervisi menjadi radio publik. Proses merubah diri dari radio milik pemerintah yang menyuarakan siaran bervisi pemerintah menjadi radio publik yang netral dan propublik ternyata tidak semudah yang dibayangkan. Banyak hal dan faktor yang terkait untuk menuju perubahan tersebut.

Problem paling serius adalah keberadaan Perda sebagai payung hukum kelembagaan, keikhlasan pemerintah, dan transisi kultural siaran yang lebih banyak menjadi suara pemerintah bukan masyarakat.

Secara khusus di Jawa Timur juga ditemukan transisi kelembagaan penyiaran yang rumit. Keberadaan radio pendidikan dan TV edukasi di bawah Dinas Pendidikan Nasional Pemprov Jatim dan radio JT FM Pemprov Jatim juga sulit untuk diurai transisinya, khususnya menyangkut aspek kelembagaan. Problem ketiga lembaga penyiaran tersebut untuk transisi menjadi LPPL akan sulit karena karena di wilayah tersebut sudah ada RRI/TVRI. Sementara pilihan menjadi lembaga penyiaran swasta cukup rumit baik menyangkut independensi aset dan kelembagaan stuktural. Sementara Radio Suara Mitra Polda Jawa Timur juga menimbulkan pro-kontra. Sebagai lembaga penyiaran swasta, keberadaan stasiun lembaga ini cukup problematik karena berada di institusi negara.

***

Perkembangan lembaga penyiaran berlangganan (LPB) di Jawa Timur sungguh unik. Selama ini perkembangan LPB di Jawa Timur tidak berada di daerah ekonomi maju (perkotaan), tetapi berada di daerah yang tidak terjangkau siaran *free to air* tv nasional, khususnya *rural area*. Mereka melayani masyarakat yang tidak bisa menerima siaran secara langsung karena tidak adanya stasiun *riley* tv nasional di daerah tersebut. Wilayah ini pada umumnya adalah daerah *blankspot*. Daerah tersebut antara lain : di sebagian wilayah Jember, Lumajang, Gresik dan Banyuwangi serta beberapa daerah kepulauan timur Madura.

Selama ini mereka hanya menghimpun siaran tv nasional dan beberapa tv asing lalu mendistribusikan ke pelanggan dengan biaya langganan yang terjangkau. Menurut penuturan pengelola di

Lumajang, harga berlangganan itu bahkan hanya Rp. 20 ribu hingga Rp. 100 ribu. Dalam soal teknis, teknologi yang digunakan oleh juga teramat sederhana. Sebagian besar para operator menggunakan kabel melalui tiang telkom/PLN untuk mendistribusikan siaran kepada pelanggan.

Dari hasil pemeriksaan proposal LPB di Jawa Timur juga tidak mengembirakan, karena pada dasarnya mereka hanya menjadi semacam agen atau distributor dan belum mampu menjadi badan hukum yang profesional sebagai penyelenggara siaran berlangganan. Bahkan, dalam urusan sensor, sebagian besar tidak memiliki kemampuan yang meyakinkan *(safety)* untuk membendung tayangan yang berpotensi melanggar P3/SPS.

Guna mendorong profesionalisme di kalangan LPB, mengingat jumlah operator di setiap wilayah cukup banyak, maka KPID Jatim mendorong mereka untuk bergabung dan membuat konsorsium untuk membentuk kelembagaan PT agar bisa memenuhi persyaratan sebagai badan hukum penyelenggara siaran berlangganan.

Sistem penyiaran lokal berjaringan

Permasalah serius yang dihadapi oleh tv lokal adalah perbedaan kelas yang mencolok antara TV Jakarta (eksisting) dengan TV lokal. Agar tatanan penyiaran di daerah menjadi adil maka kelas harus sama. TV Jakarta yang bersiaran nasional harus berjaringan sehingga berstatus sama sebagai tv lokal. Gaung pelaksanaan sistem siaran jaringan (SSJ) TV Jakarta ini sama sekali tak terdengar.

Pada tahun 2009, KPID meminta lembaga penyiaran tv eksiting Jakarta yang bersiaran di Jawa Timur untuk menambah muatan siaran lokal. TV Jakarta lalu membuat program berita 1 jam siaran Jatim sebagai *respons* atas permintaan KPID sekaligus sebagai *start* persiapan SSJ.

Realisasi sistem ini juga ada yang diluar dugaan. SCTV dalam merealisasikan siaran sejam Jawa Timur dilakukan *full* dari Jakarta. Biro SCTV yang kelak didorong untuk menjadi stasiun lokal justru diubah menjadi biro virtual. Semua proses produksi berita dilakukan di Jakarta dan SCTV daerah hanya menjadi kontributor saja. Tidak ada aktivitas produksi di stasiun lokal Jawa Timur. Bahkan, proses marketing dan lainnya semua dilakukan dari Jakarta. Biro lokal yang hendak didorong menjadi stasiun lokal pun tinggal angan-angan. Jika trend ini diikuti tv Jakarta maka SSJ semakin jauh dari kenyataan. Isi siaran sejam hanya tebeng semata untuk memenuhi ketentuan semata, dan tidak memiliki kontribusi langsung bagi kemajuan penyiaran dan ekonomi daerah.

SSJ sejatinya memiliki prospek yang cerah sebagaimana pengalaman Jawa Pos dengan koran radarnya di Jawa timur. Hal ini mestinya dapat memberi pencerahan kepada TV Jakarta untuk serius melakukan SSJ. Identitas lokal daerah tetap mampu dipertahankan dalam bisnis besar media. TV lokal berjaringan bisa meniru kebangkitan media cetak lokal di era90-an ketika koran lokal tergabung dengan entitas besar tapi tetap memelihara iidentitas lokal . Apalagi dengan jaringan mereka dapat berbagi pengalaman dengan sindikasi acara, iklan bersama, berbagi teknologi, dan *best practice* yang lain.

Data LPS berjaringan tv Jakarta yang diajukan ke KPID Jawa Timur juga banyak didominasi oleh TV Jakarta eksisting yang memang tidak memiliki ISR di daerah Jawa Timur. TV Jakarta yang mengajukan antara lain TV One, Metro TV, Trans TV, Tran 7, GTV. Sementara lembaga eksisting yang ingin memerpanjang ISR di kota besar hampir sebagian besar mengajukan SSJ. Hal ini terlihat jika urusan berjaringan lebih banyak dipahami sebagai perpanjangan ISR dan tidak betul-betul hendak melaksanakan sistem siaran berjarinngan.

***

Perkembangan penyiaran lokal di Jawa Timur sungguh menarik dan layak diikuti dari waktu ke waktu. Proses yang terjadi memperlihatkan betapa lembaga penyiaran tidak lepas dari berbagai kepentingan baik struktur maupun agen. Faktor-faktor yang turut memengaruhi juga semakin banyak dan kompleks. Hingga penyiaran lokal di Jatim saat ini masih *never ending of becoming.*

Menuju Media Penyiaran Lokal yang Kuat:
Fokus pada *Strategic Triangle*

Kelembagaan/Bisnis

Isi Siaran/Program

Teknis/Teknologi

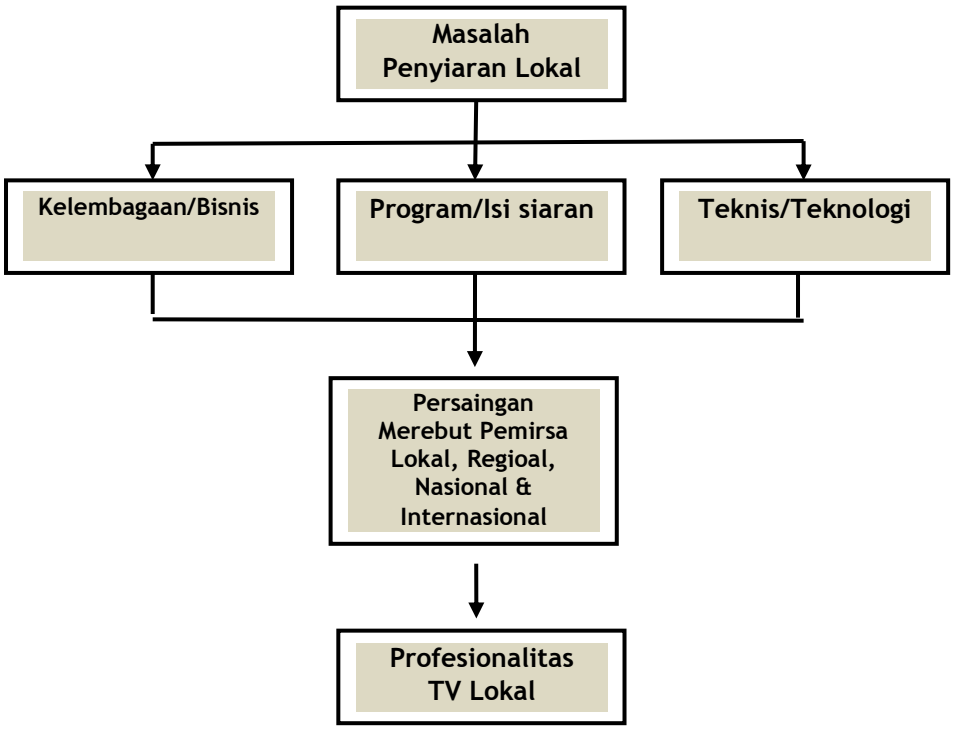
Mengelola Media Penyiaran Lokal: Fokus pada *Strategic Triangle*

Pertumbuhan jumlah media penyiaran tv lokal menyisakan banyak persoalan di berbagai daerah. Produksi siaran tv lokal terkesan asal-asalan dan sebagian besar belum memperlihatkan *performance* manajemen penyiaran yang profesional. Kondisi tv lokal di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Jawa Timur juga belum menunjukkan daya saing sehingga banyak di antara mereka tidak mampu bertahan *(survive)* di tengah kompetisi media tv yang semakin ketat baik lokal, regional,nasional maupun internasional.

Riset selama lima tahun terakhir (2007-2011) yang saya lakukan menunjukkan tidak adanya *roadmap* yang jelas terkait pengembangan tv lokal di tanah air. Program tv lokal seolah terjebak dalam euphoria politik penyiaran sehingga kemampuan mendirikan tv lokal tidak diikuti dengan kesiapan program, kelembagaan, bisnis dan teknis yang mapan. Hasil analisis saya terkait *performance* lembaga penyiaran tv lokal di Jawa Timur menunjukkan bahwa:

1. Sebagian besar lembaga penyiaran di Jawa Timur masih lemah dalam aspek program dan manajemen-bisnis. Sebagian besar lembaga penyiaran tv masih belum mampu menentukan segmentasi dan *positioning* secara jelas sehingga mereka belum bisa menentukan dengan jelas bagaimana *road map* pemirsa yang akan menjadi segmentasi tv lokal mereka. Hal ini juga ditunjang kelemahan dalam menyusun *bisnis plan* sehingga tidak memiliki gambaran bagaimana posisi bisnis mereka hingga 5-10 tahun ke depan.
2. Isi siaran tv lokal belum banyak menarik minat publik. Selain itu, aspek edukasi tv lokal juga terlihat lemah. Hal ini juga ditunjang data AGB Nielsen yang memperlihatkan bahwa publik lokal masih belum tertarik pada acara dengan segmen khusus. Publik lokal masih menyukai acara hiburan serba gado-gado dan menganggap acara tv lokal sekadar sebagai selingan. Ke depan program tv lokal membutuhkan kreativitas dan inovasi untuk memberi sentuhan terhadap proses pembuatan program dan menarik minat pemirsa terhadap program-program khas *genuin* lokalis untuk memenuhi keinginan publik yang beragam.
3. Televisi lokal juga terlihat lemah dalam membangun jejaring pembuatan dan pemasaran program. Saat ini, tv lokal hanya berorientasi pada pembuatan program untuk memenuhi kebutuhan tayangan lokal dan belum memiliki jejaring dengan pemasaran program di tingkat nasional dan global.
4. Televisi lokal juga menghadapi kendala permodalan. Sebagian besar masih serba minim karena terbatasnya biaya investasi. TV lokal masih minim dalam pengadaan infrastruktur, peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), dan biaya operasional untuk biaya produksi serta pengadaan (pembelian) program. Pada awal pendirian, pengelola tv lokal tidak cukup punya dana cadangan biaya untuk dua tahun berjalan agar tv bisa terus bersiaran dan mampu memroduksi program. Kemampuan suatu stasiun TV untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati, dan dibutuhkan masyarakat menjadi tantangan mengingat pada tahun-tahun awal pengoperasiannya tv lokal masih belum bisa menghasilkan keuntungan.
5. TV lokal belum mampu mengadapi persaingan tv yang ketat, tv lokal tidak cukup memiliki kualitas program siaran dan kualitas penerimaan signal *(reception quality)* di masyarakat. Beberapa program yang bermutu tv lokal tidak didukung kualitas teknis yang memadai sehingga hasilnya juga tidak bisa dinikmati dengan jelas oleh pemirsa. Demikian juga dukungan teknis yang memadai jika tidak ditopang isi siaran yang memadai juga tidak akan dilirik pemirsa.

Pada intinya, kelima aspek yang saya diidentifikasi dapat disederhanakan dalam tiga aspek yakni problem 1) kelembagaan/bisnis, 2) program/isi siaran, dan 3) teknis/teknologi.



Temuan di lapangan juga memperlihatkan bahwa lembaga penyiaran tv di berbagai daerah di Jawa Timur terkait dengan kesiapan aspek hukum, manajemen, program dan teknis, sebagian besar besar mereka masih berorientasi asal-asalan. Banyak yang terkesan coba-coba dan mengandalkan peruntungan yakni hanya sekadar bisa bersiaran tanpa di dukung oleh manajemen program dan bisnis yang memadai.

Dalam kompetisi program siaran, tv lokal tidak saja bersaing dengan sesama stasiun lokal, tetapi juga harus berhadapan dengan siaran nasional dan siaran asing yang terbukti lebih siap dan mapan dalam segala aspek (program siaran, teknis, dan bisnis) serta sudah lebih dahulu berdiri sehingga memiliki pengalaman mengelola tv secara profesional *(best practice)*. Tidak dimungkiri, pangsa penonton tv nasional juga meliputi pemirsa lokal sehingga mau tidak mau tv lokal harus *vis a vis* dengan siaran tv nasional dan siaran tv asing berlangganan.

Ke depan, tv lokal dituntut untuk memiliki perencanaan program yang lebih baik dan profesional dan lebih mudah untuk mengevaluasi perannya sebagai media lokal yang diberi amanat untuk turut menumbuhkembangkan dan memelihara budaya lokal serta sesuai selera pasar agar bisa tetap *survive*. Penting juga diperhatikan kemampuan *schedulling* program mengingat tidak ada satupun stasiun yang mampu menarik seluruh audiens dalam situasi kompetisi yang ketat saat ini. Dalam hal ini manajer *traffic* memegang peran penting.

Program TV lokal harus memiliki visi ke depan yang jelas sehingga bisa diterjemahkan dalam misi program yang terukur mengingat perubahan yang sangat dinamis menyangkut *lifestyle*, teknologi maupun ilmu pengetahuan. TV lokal harus mampu mengantisipasi berbagai perubahan tersebut dengan cepat dan bisa mengambil keuntungan dari perubahan tersebut melalui sisi bisnis, program, dan teknis. Televisi lokal harus di dorong untuk dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas program secara berkelanjutan sehingga dapat menjadi tuan rumah dalam penyiaran di daerahnya.

Data kepemirsaan TV lokal selama ini hanya mampu merebut 10% pangsa pasar pemirsa lokal. Itu pun masih jga diperebutkan oleh tv lokal yang jumlahnya banyak. Di area layanan siar *(service area)*

Surabaya Raya yang meliputi Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan serta layanan jangkauan *(coverage area)* yang meliputi Pasuruan, Nganjuk, Jombang, dan Bojonegoro tercatat terdapat 10 tv lokal dan 11 televisi nasional. Jadi total terdapat 21 tv *free to air* yang bersiaran di wilayah ini. Kompetisi yang ketat antartv ini membuat tv lokal berada dalam situasi kompetisi yang ketat.

Sementara, pangsa pemirsa tv lokal juga menjadi pangsa tv nasional, jadi kompetisi ini sejatinya tidak hanya melawan sesama tv lokal, tetapi juga dengan tv nasional yang lebih unggul dalam segala aspek. Selama ini, tv lokal kerapkali dihadapkan pada kendala besarnya biaya produksi untuk membuat program mandiri. Sementara, pembelian program siaran tv asing biayanya jauh lebih murah. Dilema ini membuat tv lokal gamang dalam membuat program yang lokalis atau membeli program yang asing. Tak mengherankan jika alokasi waktu siaran tv lokal justru banyak menjadi kepanjangan tangan dari pemasaran siaran budaya asing.

Industri kreatif *production house* masyarakat lokal juga tidak mampu berkembang di berbagai daerah sehingga tidak cukup memberi dampak secara ekonomis dan memberi peluang penambahan lapangan kerja. Industri tv lokal berada dalam tekanan serius media utama *(media-mainstream)* yang membawa siaran budaya asing.

Sebagai tv lokal yang mengemban amanah untuk memajukan potensi daerah, tv lokal di Surabaya masih berada dalam situasi bertahan dan belum mampu untuk ekspansif. Hingga saat ini tercatat hanya JTV yang mampu meraih tren positif. Sementara jika ingin bertahan *(survive)* dan berkembang *(development)* tv lokal harus mampu mengantisipasi berbagai perubahan tersebut dengan cepat dan bisa mengambil keuntungan dari perubahan tersebut melalui sisi bisnis, program, dan teknis.

Permasalahan sumber daya manusia, awak perencana dan produksi siaran, sebagaimana di paparkan di awal disebabkan minimnya kemampuan SDM lokal dalam produksi siaran. Persoalan ini juga di dorong bahwa tv lokal selama ini hanya menjadi ajang pelatihan saja, ketika SDM tersebut sudah mahir biasanya pindah ke tv nasional yang lebih mapan. Akhirnya, tv lokal menjadi kekurangan SDM yang handal dan profesional. Di sisi lain, trend saat ini seiring dengan konvergensi media, pengembangan SDM juga diorientasikan pada *multi-tasking*, semua SDM bisa men-*support* kebutuhan media cetak, media audio, media audio-visual, dan media online.

Permasalah teknologi, selama ini tv lokal kalah bersaing dengan tv nasional karena tv nasional memiliki dukungan teknologi yang lebih handal. Dengan power siaran maksimum, siaran tv nasional dapat diterima dengan lebih jelas oleh pemirsa. Sementara, tv lokal masih jauh dibawah kemampuan tv nasional, sehingga siaran diterima menjadi tidak jelas (tidak bening) di tv pemirsa.

Selain itu, permasalah ikutan yang lain adalah : 1) minimnya produksi mandiri, 2) Harga siaran asing semakin murah, 3) Biaya produksi lokal masih tinggi dan 4) Minat pemirsa terhadap siaran lokal masih minim

Problematika yang di Hadapi

Kondisi	TV Lokal	
	Masalah	**Tantangan**
Pemirsa	Masih Minin 2%-10%	Memperjelas dan meluaskan Segmen
Penerimaan	Gambar dan Suara : kurang Jelas	Meiningkatkan kualitas
Program	Tidak menarik, jumlah dan produksi masih minim	Penambahan Kreativitas dan inovasi
Daya Saing	lemah	Memperkuat posisioning dan diferensiasi produk

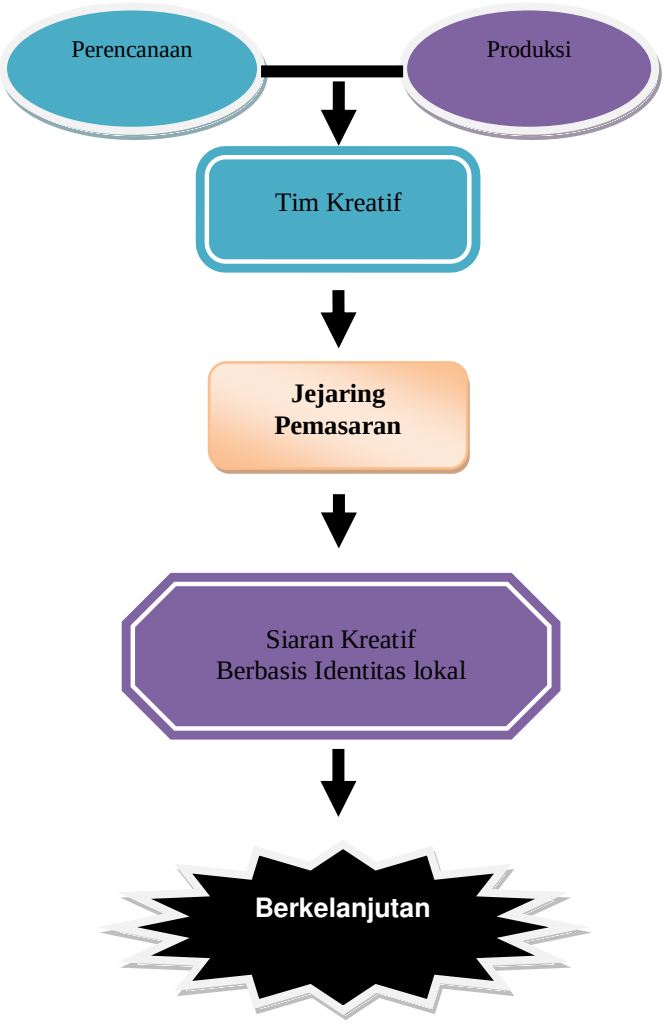
Sebagai tahap awal, tv lokal harus mampu menciptakan mekanisme kreatif dalam awak SDM tv lokal sehingga siaran/program tv lokal dapat memberi dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pemirsa dan kualias program, termasuk dukungan kalangan usaha dalam periklanan. Mencermati hal ini maka ke depan perlu dikembangkan :

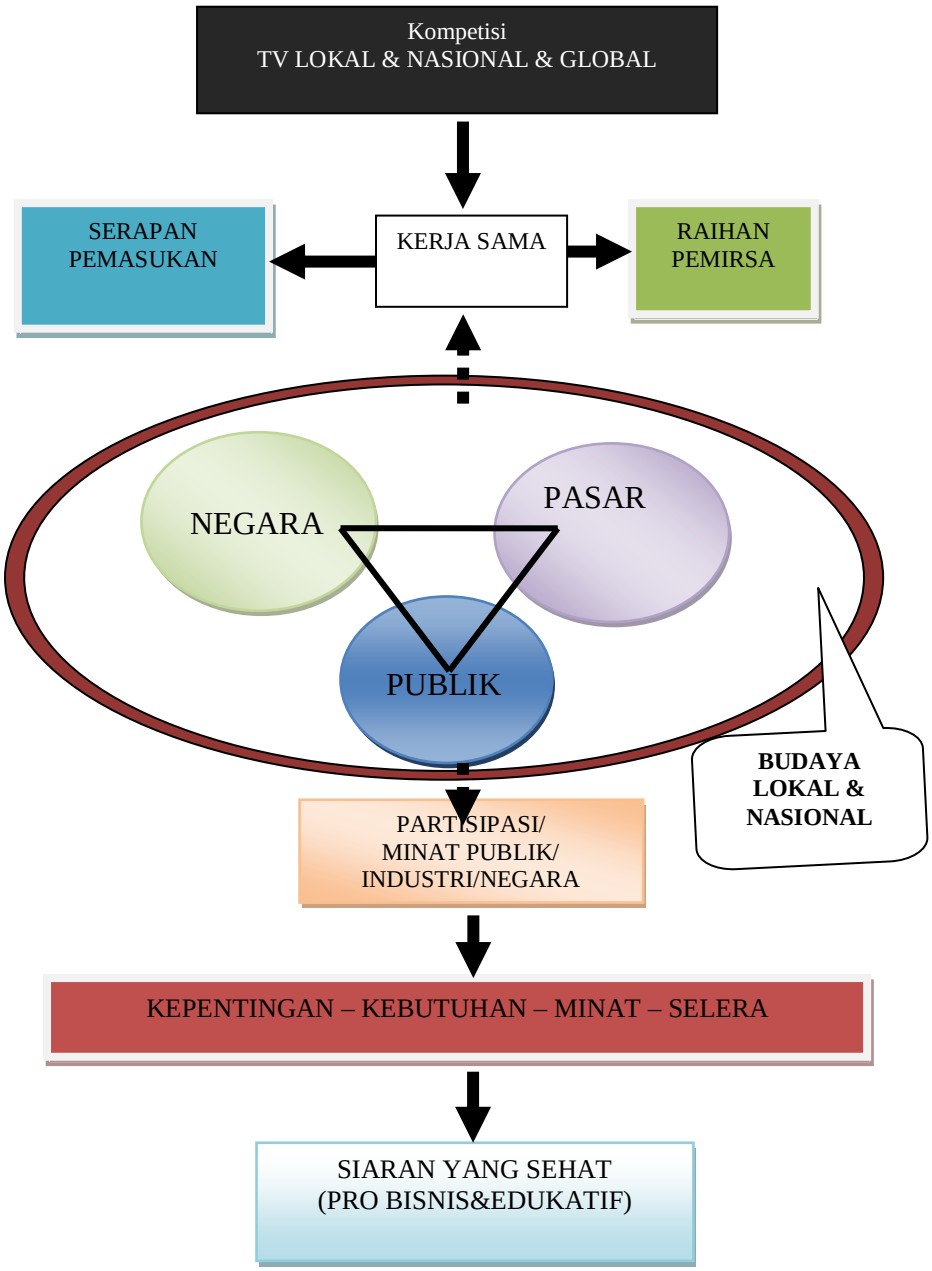
- Divisi kreatif yang dapat merencanakan dan mempoduksi isi siaran yang memiliki visi untuk mengembangkan budaya dan identitas lokal.
- Divisi pemasaran yang akan membuat jejaring dalam meraih pemirsa dan pemasang iklan.
- Divisi kreatif dan divisi pemasaran akan menilai kualitas produksi isi siaran secara bersama-sama.

Manajemen media tv harus berfikir stategis dan visioner bahwa dalam perencanaan program tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan siaran sendiri, tetapi juga untuk ekspansi pasar yang lebih luas seperti nasional dan internasional. Lalu, dalam proses produksi diberi tekanan pada produksi siaran tv lokal kreatif berbasis pada budaya lokal secara komprehensif. Desain program kreatif tv lokal diharapkan dapat menghadirkan program acara dengan basis budaya lokal yang bermutu tinggi dan memiliki nilai jual pada pemirsa baik lokal, nasional, maupun internasional.

Melalui pendekatan produksi industri kreatif *(creative industry),* program budaya lokal dikembangkan dan dikombinasi dengan dukungan sistem *data base* dan sistem informasi yang andal sehingga produksi tv lokal yang *genuin* dapat terhubung dengan ekonomi penyiaran seperti aspek demografis dan psikografis pemirsa. Proses produksi akan di-*support* dengan data jumlah penonton aktif, jumlah pesawat tv, pola perilaku menonton, dan riset pasar pemirsa. Selain itu, produksi tv lokal juga akan terhubung dalam jejaring pasar media global untuk produksi dan pemasaran program, termasuk *joint* dan tukar program dengan tv lokal yang lain guna mengatasi kendala kekurangan *supply* program.

.




Kompetisi
TV LOKAL & NASIONAL & GLOBAL
SERAPAN
PEMASUKAN
KERJA SAMA
RAIHAN
PEMIRSA
NEGARA
PASAR
PUBLIK
BUDAYA
LOKAL &
NASIONAL
PARTISIPASI/
MINAT PUBLIK/
INDUSTRI/NEGARA
KEPENTINGAN – KEBUTUHAN – MINAT – SELERA
SIARAN YANG SEHAT
(PRO BISNIS&EDUKATIF)

Profesionalisme TV Swasta (Komersial) Lokal

Sebagai entitas bisnis, tv swasta lokal menjalankan fungsi sebagai usaha ekonomi dan bertindak sebagai industri media hiburan. Sebagai entitas industri media hiburan tv swasta ujung-ujungnya adalah mendapatkan keuntungan materi. Sejak awal tv lokal harus mampu bertindak profesional dalam menjalankan usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip usaha yang profesional sehingga dapat menjadi bisnis yang sehat dengan kualitas program yang sehat pula. Hal ini penting untuk mendapat perhatian mengingat hanya dengan dukungan bisnis yang kuat, tv lokal dapat konsisten menghadirkan acara yang berkualitas, bisa di andalkan dan tidak terjerumus dalam bisnis murahan dan acara berselera rendah *(low taste).* Dengan *performanc*e bisnis yang sehat, tv lokal akan lebih mudah dalam mendorong isi siaran yang sehat.(Sudibyo, 2004)

Hal yang patut diingat oleh para pengelola TV lokal adalah menyangkut kekhasan bisnis media yang memang secara prinsip berbeda dengan media yang lain seperti media cetak. Sebagaimana disebut dimuka bahwa jumlah kanal terbatas, dan jika kanal sudah dipakai maka ia tidak bisa dipakai pihak lain. Karena itu, posisi kanal ini adalah pinjam pakai dari aset milik publik yang diamanahkan kepada pengelola tv untuk digunakan menyelenggarakan siaran secara bertanggungjawab.

Dengan demikian, penggunaan kanal publik yang terbatas ini yang kemudian mendorong watak bisnis tv komersial itu harus diimbangi dengan watak sosial (informatif, edukatif). Dengan demikian bisnis ini selalu terikat dengan kepentingan publik sehingga sewaktu-waktu bisa dievaluasi melalui mekanisme perizinan oleh publik melalui negara. Dengan demikian tv lokal harus mampu menjalankan fungsi sebagai tv hiburan sekaligus tv edukasi, tv informasi dan juga sebagai media kontrol sosial. (Mc Quail (1992).

Tugas untuk menyelaraskan kepentingan publik dengan kepentingan bisnis ini adalah pekerjaan yang rumit dan menantang. TV lokal dituntut untuk mampu melakukan berbagai kreativits dan inovasi agar dua kepentingan tersebut serasi, seimbang, dan selaras. Muaranya adalah menghadirkan acara yang menghibur, rekreatif, menyenangkan publik sekaligus mencerdaskan, mencerahkan, dan menginspirasi publik. Tugas inilah yang harus dikembangkan tv lokal. Apalagi tantangan untuk mendidik pemirsa juga perkara mudah.

Terbukti data AGB Nielsen (2009) untuk tv lokal selama ini pemirsa lokal hanya menyukai acara hiburan dan belum tertarik acara dengan segmen khusus yang mendidik. Melihat pengalaman dan diskusi dengan para pembuat program tv di Indonesia selama ini kerap menjadi paradogs. Banyak acara tv disukai penonton, tetapi kualitasnya rendah. Selama ini hanya beberapa acara bahkan bisa dihitung jari acara tv yang disukai penonton (meraih rating tinggi), dan mengandung unsur edukasi dan kontrol sosial. Kendati ini pekerjaan berat, tetapi misi ini yang harus diusung tv lokal ke depan.

Mengelola Media Penyairan Lokal

Mengelola media penyiaran lokal sejatinya jika ditilik melalui ilmu manajemen adalah seni mengelola manusia yang berhubungan dengan kreativitas dan inovasi penyiaran. (Morissan, 2008). Paling tidak mengelola orang yang bekerja pada tiga sektor strategis: bisnis/kelembagaan, program dan teknis penyiaran. Melalui komunikasi yang terpadu diharapkan pemimpin mampu mencapai efisiensi dan efektivitas. Bagaimanapun persaingan ke depan sangat ketat. Media penyiaran lokak harus mulai memperhitungkan kemampuan ekspansi tv kabel, internet, vcd dan dvd.

Mengelola media lokal pada intinya adalah untuk memenuhi kebutuhan bisnis atau harapan pemilik/pemodal dan memenuhi harapan publik sebagai konsumen. Menyelaraskan dua kepentingan ini yang membuat bisnis ini sulit dilakukan jika dibanding dengan industri jasa yang lain. Namun, hal itu justru yang membuat pengelolaan media penyiaran menjadi penuh liku dan menarik untuk dipelajari

Bisnis & Pemasaran

Persoalan bisnis media adalah persoalan membangkitkan adrenalin pengiklan. Pemirsa tv di Indonesia yang mencapai 80 juta adalah orientasi utama. Jelas riset pemirsa amat dibutuhkan untuk

memetakan audiens/pemirsa secara pasti. Hal ini semakin mengukuhkan bahwa bisnis media ada bisnis menjual apa yang ada di kepala pemirsa.

Dalam kaitan itu Hermawan Kartajaya (2007) memberi tips marketing yang menarik. Pada dasarnya marketing dikembangkan dengan kreativitas dan juga wisdom. Peperangan program sebenarnya tidak hanya *batle for mind*, tetapi juga ada dihati dan spiritual.

Morisan (2008) juga telah mendalam mengambarkan bagaimana memasarkan iklan media penyiaran mulai dari konsepsi hingga strategi. Menurutnya memasarkan iklan dalam situasi perekonomian yang masih berkembang saat tak banyak uang yang beredar sangat membutuhkan kreativitas. Secara realistis, di daerah yang ekonominya baru berkembang sudah bagus jika bagian pemasaran bisa menjual 50% waktu iklan yang tersedia. Sebagai media pandang-dengar dengan jumlah kompetitor yang ketat, tim produksi harus selalu bekerja sama dengan tim pemasar untuk merumuskan program-program yang bisa dibeli klien secara profesional.

Memasarkan iklan adalah pekerjaan lapangan dengan menjemput klien. Disamping itu juga bisa bekerja sama dengan pihak ketiga seperti biro iklan. Saat ini sulit mengandalkan klien mau datang ke kantor secara suka rela dan mau memasang iklan sesuai tarif yang ada. Diperlukan strategi jemput bola dan menerangkan secara langsung tentang perlunya mereka beriklan di media kita.

Selain itu, performance bisnis media penyiaran juga harus tergambarkan secara jelas dalam *bussines plan*. Hal itu bisa dimulai dari pemahaman lingkungan yang meliputi media habit, posisi kompetitor, dan posisi media kita. Melalui analisis SWOT dengan berdasar visi, misi, goal akan dirumuskan action plan dengan menguatkan 4 P (product, price, place, dan promotion). Selanjutnya SDM yang andal dari *programming, marketing, dan engineering* dapat melakukan kegiatan secara terpadu dan berkesinambungan.

Teknis/Teknologi Penyiaran

Terkait teknologi penyiaran, saat ini aturan/regulasi cukup lengkap sehingga pengelola dituntut untuk bisa memenuhi ketentuan peralatan dan standardisasinya. Sebagai gambaran, untuk media penyiaran swasta lokal dapat dicermati dalam peraturan pemerintah (PP) No. 50/2005. Jika disimak, dalam regulasi itu menyebutkan bahwa stasiun penyiaran harus memiliki rencana dasar teknik penyiaran dan persyaratan teknis perangkat penyiaran.

Rencana dasar teknik penyiaran adalah pedoman bagi penyelenggara penyiaran dengan tujuan agar masyarakat memeroleh kualitas layanan siaran yang layak dan terbaik dan juga mempermudah operasional a tarlembaga penyiaran serta mendorong penggelaran infrastruktur penyiaran yang layak (reasonable) ekonomis. (Morissan, 2008). Selain itu, dengan adanya rencana dasar teknik penyiaran diharapkan kegiatan penyiaran tidak akan membahayakan keselamatan dan keamanan mereka yang bekerja pada stasiun penyiaran dan juga masyarakat sekitar. Dalam hal ini tambah Morissan, rencana dasar teknis penyiaran memuat hal-hal yang berkaitan dengan pendirian stasiun penyiaran seperti arah kebijakan penyelenggaraan penyiaran yang mempertimbangkan perkembangan teknologi penyiaran, kecenderungan permintaan pasar,ekonomi, sosial, budaya, dan kondisi lingkungan yang lain.

Dalam regulasi teknis, rencana dasar teknik penyiaran juga harus memuat pedoman propagasi maksimum dan pengembangan wilayah jangkauan penyiaran, penggunaan spektrum frekeunsi penyiaran, pemanfaatan teknologi baru, pergelaran infrastruktur penyiaran, pedoman mengenai daftar uji pemeriksaan sendiri dan pedoman pengamanan dan perlindungan sistem peralatan terhadap lingkungan.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa pengaturan frekuensi juga tunduk pada peraturan internasional, maka lembaga penyiaran juga wajib mengikuti ketentuan teknis yang tertuang dalam rencana induk frekuensi radio untuk penyelenggaraan penyiaran. Ketentuan ini memuat teknis pengaturan saluran frekuensi yang bisa digunakan. Semua perangkat transmisi penyiaran harus memiliki standar nasional sesuai ketentuan yang berlaku.Selain itu semua perangkat peralatan penyiaran wajib disertifikasi. Semua diatur untuk menjamin keamanan dan perlindungan masyarakat.

Pembangunan infrastruktur menjadi tuntutan dalam menghadirkan media penyiaran yang berintikan pada kualitas audio dan visual. Untuk itu perlu diperhatikan teknologi yang meliputi peralatan

produksi, studio, pemancar, dan jaringan transmisi. Investasi dan pengembangan perangkat siar ini patut menjadi perhatian.

Jika ingin mengembangkan jangkauan baik dalam *service* maupun *coverage* maka manajemen perlu memikirkan penggunaan teknologi satelit sehingga siaran bisa ditangkap diberbagai belahan dunia dan dapat menjaring *networking* dengan lembaga penyiaran berlangganan.

Patut diingat bahwa perhatian pada bidang teknik sama pentingnya dengan bidang yang lain. Perawatan yang rutin dapat memperpanjang kemampuan alat siar dan pengembangan alat siar akan menentukan kualitas penerimaan siaran. Rincian soal teknologi dapat dilihat dalam suplemen buku ini.

Dalam merumuskan strategi dalam tiga aspek diatas, media penyiaran juga tidak lepas dari kemampuan untuk menyusun visi dan misi. Misi merupakan jalan pilihan untuk menuju masa depan. Visi merupakan kondisi masa depan yang hendak di wujudkan yang dirumuskan berdasarkan hasil *trendwatching* dan *envisioning*. Keyakinan dasar yang menjadi nilai dasar juga patut dirumuskan agar dapat memberikan panduan bagi personel dalam pengambilan keputusan disepanjang jalan perjalanan mewujudkan visi organisasi. Keyakinan ini juga akan membangkitkan semangat disepanjang perjalanan dalam mewujudkan visi organisasi. Bagaimanapun pengelolaan industri termasuk tv tidak lepas dari gejolak dan tantangan yang terus mendera. Jika pondasi organisasi kukuh maka proses adaptasi, bertahan dan berkembang dapat dilakukan dengan baik. Errol Jonathan memberi telaah cerdas tentang tantangan yang mesti diperhatikan para pengelola media penyiaran yaitu : 1) kondisi pendanaan, 2) kompetensi *broadcaster*, 3) kelancaran perangkat teknik, 4) regenerasi SDM, 5) kompetisi antarmedia, 6) keajegan format siaran, 7) *networking*, 8) konsistensi produksi, 9) standardisasi kinerja.

Guna meningkatkan profesionalisme media lokal patut juga diperhatian *begin at home* nya seperti : tata kelola organisasi, tata kelola produksi, tata kelola SDM akan menjamin kontinuitas, pengembangan, dan *positioning* termasuk *differensiasi.*

Pada prinsipnya, pengelola media penyiaran disamping mampu menerapkan prinsip *good governance* dan teknis manajerial juga dituntut untuk peka terhadap perubahan dinamika lingkungan yang berlangsung cepat.

Sementara, belum selesai soal konsepsi penyiaran lokal, kompleksitas masalah penyiaran di daerah ternyata ada dibanyak elemen, tidak hanya ada di para pemodal lokal yang mewakili pasar, pemerintah daerah yang mewakili negara, tetapi juga publik lokal yang belum memiliki kesadaran akan hak-hak sebagai warga.

Dalam konteks reformasi, pengembangan media penyiaran yang demokratis juga menghadapi tantangan yang tidak ringan. Menurut Agus Sudibyo (2004) tantangan tersebut meliputi : (1) sikap dan kebijakan pemerintah, (2) perilaku dan orientasi kelompok pemodal, (3) profesionalisme dan kemandirian kelas pekerja media, dan (4) kesadaran publik akan hak-hak sebagai warga negara.

Hal stategis lain yang turut menentukan perkembangan penyiaran lokal adalah (1) dinamika ekonomi nasional dan lokal, (2) kontinuitas perubahan politik dan reformasi penyelengaraan pemerintahan, (3) persebaran kekuatan civil society, (4) tumbuhnya kelas pekerja yang solid dan mandiri, (5) keberhasilan pendidikan politik, dan 6) pemberdayaan ekonomi di tingkat bawah.

Pondasi menuju demokratisasi penyiaran juga akan ditentukan oleh (1) independensi, (2) pluralitas kepemilikan dan orientasi lembaga serta isi dan (3) desentralisasi atau dekonsentrasi penyiaran dari Jakarta ke daerah. Demokratisasi penyiaran di daerah juga akan ditentukan oleh : 1) independensi SDM (SDM dan institusi siaran), 2) pluralitas kepemilikan, pengelolaan dan orientasi isi siaran,dan 3) desentralisasi dan otonominasi penyiaran. Sementara, demokratisasi penyiaran bertumpu pada dua pilar utama yaitu: 1) demokratisasi sebagai jaminan tidak adanya intervensi pada muatan isi dan perbincangan di media penyiaran dalam bentuk apapun.2) keterbukaan bagi partisipasi semua pihak secara setara dan independen.

Adapun Faktor-faktor yang menentukan demokratisasi siaran yaitu : 1) ideologi ekonomi-politik (pilihan visi-misi dan filosofi), 2) pihak eksternal (pengiklan, pemerintah dan masyarakat), 3) manajemen

stasiun media (pemilik dan keputusan rutin), 4) kekuatan kritis-demokratis (akademisi, LSM, ormas dll), dan 5) *Broadcaster* (penyiar, reporter, editor)

Agar sesuai dengan perkembangan mutakhir maka perubahan penyiaran seharusnya meliputi: 1) Pergeseran orientasi penyiaran, dari medium artikulasi kepentingan negara ke medium aktualisasi dinamika publik. 2) Pergeseran substansi kepemilikan, dari private-state-non-profit ke *community-public-profit.* 3) Pergeseran materi siaran, dari hiburan (musik) ke jurnalistik. 4) Pergeseran kemasan siaran, dari monolog-reaktif ke dialog interaktif dan 5) pergeseran teknologi, dari era analog ke era digital.

****

Keberadaan media penyiaran lokal tidak lepas dari masalah. Catatan tentang evaluasi media penyiaran lokal tidak lepas dari masih minimnya kualitas dan kuantitas dan peran dari produk yang ditayangkan. Tayangan, khususnya tv lokal sebagian besar hanya menyuguhkan acara musik dan acara seremoni yang tidak penting dan monoton. Acara musik masih sangat dominan dan terkesan kekuarangan acara, minim kreativitas, orisinalitas, dan identitas sebuah tontonan.

Televisi lokal akan fungsional jika mampu memotret dan mewarnai acaranya dengan konten lokal. Menurut Abdullah Yazid (2007) disamping dapat lebih menegaskan orisinalitas, kreativitas, dan potensi daerah, juga dapat membedakan dengan jelas kebutuhan lokal dan kebutuhan nasional. Lebih lanjut Yazid menambahkan beberapa keuntungan jika tv lokal mampu memotret kebutuhan lokal .

Pertama, terwujudnya kemandirian. Kemandirian akan membuat isu Jakarta sentris tidak layak jual di tingkat lokal. Efek terpenting dari penguatan fungsi lokalitas tersebut adalah acara-acara yang disuguhkan dapat menjadi primadona lokal dalam percaturan televisi nasional. Hal itu merupakan langkah maju dan berpotensi menyukseskan otonomi daerah.

Kedua, televisi lokal tidak akan terkesan kehabisan ide untuk menyuguhkan program acara yang lebih variatif. Kesannya, TV lokal justru responsif terhadap isu daerah bila ingin *survive* di lingkup daerah.

Ketiga, terutama terkait dengan implikasi secara institusional, TV lokal dipaksa serius membangun organisasi dan menata manajemennya. Agar bisa memperjuangkan agenda lokal maka tv lokal tidak bisa tidak, harus memantau terus menerus persoalan yang terjadi di daerahnya.

Keempat, terbangunnya kesadaran korelasi antara proses bisnis pertelevisian dan isu keseharian. Apalagi bila masalah-masalah yang disoroti bersifat lokal, praktis dan jelas menyangkut hajat hidup masyarakat lokal

Keuntungan media penyiaran lokal ini seharusnya yang harus digali dan maksimalkan. TV lokal harus mencari positioning dan diferensiasi yang kuat agar dapat survive dan berkembang.

***

Media lokal juga memiliki kemampuan untuk menkontruksi identitas budaya. Identitas lokal didefiniskan sebagai hasil dari konstruksi sosal melalui perbedaan pemahaman dan praktik masyarakat. Semua identitas, baik yang berdasar atas kelas, etnis, agama atau negara di konstruksi dalam cara-cara yang berbeda. Hal itu dikonstruksi dalam symbol/bahasa. Oleh karena itu, identitas dikembangkan melalui interaksi social dan komunikasi. (Sarup, 1996 dalam Yuyun 2005)

Identitas berisi niai, norma, dan symbol yang terekpresikan dan dijalankan sebagai pembentuk solidaritas dalam masyarakat. Dalam masyarakat lokal, identitas berfungsi sebagai harga diri dan senjata untuk mengadapi kekuatan dari luar. Nilai, norma, dan symbol yang ada pada masyarakat lokal juga sebagai pengakuan perilaku masa lalu, sekarang dan masa depan. Identitas lokal diakui sebagai konsep perbedaan antara masyarakat asli, pendatang dan orang asing. Hal itu berfungsi sebagai pembeda diatara mereka.

Barker (2000) dalam Yuyun (2005) memandang bahwa televisi adalah sumber dari konstruksi identitas lokal dan kemampuan budaya setempat. Televisi merupakan arena dimana identitas lokal dan identitas nasional dibentuk secara signifikan. Hal itu menjadi alat indoktrinasi nilai nilai kultural. Media lokal sekaligus dapat menjadi oposisi terhadap isi media arus dominan yang ada selama ini. Hal ini dapat

menjadi media alternative bagi penyuguan budaya masyarakat lokal yang didikte oleh nilai nilai dan moralitas dan menjadi rasa lokal tidak sebagaimana dalam standar media utama.

Budaya lokal yang dikembangkan melalui media lokal tidak berarti menempatkan budaya nasional dan global dalam replika media lokal untuk menjadikan siaran sebagai barang dagangan. Hal ini juga tidak berarti media lokal tidak mengikuti selera media arus utama dalam versi lokal. Media lokal butuh identitas mereka sendiri melalui ekplorasi budaya lokal dalam rasa lokal.

Televisi lokal diharapkan dapat mempromosikan potensi lokal, mengembangkan identitas cultural dan fanatisme lokal. Keberagaman program yang ditawarkan kepada pemirsa di Jawa Timur dapat dibedakan dalam penggunaan setting lokal, isu dan bahasa lokal. Hal ini dapat muncul seperti dalam progam berita, perbincangan, serial dan program hiburan yang lain. Dengan pengakuan tv sebagai ideology dan industry budaya, tv lokal diharapkan dapat bersaing dengan identitas non lokal.

****

Kehadiran media penyiaran lokal membawa implikasi pada tumbuhnya *diversity of content dan diversity of ownership* (Sudibyo,2004). Hal ini diyakini akan membawa dampak pada demokratisasi penyiaran dan keadilan bagi masyarakat lokal yang multikultur. Sebagai media lokal, tv lokal dapat mendorong terjadinya perubahan arus informasi dan komunikasi di masyarakat. Informasi yang cenderung elitis dan hanya terpusat pada pihak-pihak yang memiliki kekuatan politik, ekonomi, dan sosial berubah dan berkembang ke berbagai kelompok masyarakat. (Atie Rachmiati, 2007)

Sebagai media pandang-dengar dengan kemampuan dramatisasi tayangan, media tv memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini dan perilaku masyarakat. Pengaruh tidak hanya pada tataran kognitif (kesadaran atau pengetahuan), tetapi juga sampai pada tataran afektif (sikap) dan konatif (perilaku). Manusia cenderung berperilaku dan bertindak sesuai dengan apa yang mereka lihat dan dengar. Sebagai media yang dikonsumsi publik, televisi juga mempunyai pengaruh yang luas, terutama sebagai pembentuk opini publik. Secara ideal Atie Rachmiatie (2007) menuntut media harus akurat, tidak boleh berbohong. Fakta seyogianya dipisahkan dengan tegas dengan opini. Penyajian berimbang dan memenuhi prinsip ABC yakni *accurate, balance, dan clear.*

TV yang memakai domain publik juga memiliki tanggungjawab sosial, yang menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat. Pengelola tv lokal harus memahami dan mampu mengangkat potensi budaya dan kearifan lokal. Secara ideal prinsip jurnalistik media penyiaran sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 menegaskan bahwa penyiaran diarahkan pada pembentukan demokratisasi. Sementara prinsip jurnalistik dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) menyebut bahwa lembaga penyiaran harus mengindahkan prinsip akurasi, keadilan, dan ketidakberpihakan.

Sementara Mc Quail (1992) menjelaskan bahwa media penyiaran sebagai sistem tidak terlepas dari subsitem lain yang membentuknya baik secara internal maupun eksternal (lingkungan). Lingkungan eksternal yang mempengaruhi tersebut antara lain : investor yang terkait dengan kepemilikan, kelompok penekan yang terkait dengan narasumber, pemerintah yang terkait dengan pengiklan, dan lembaga sosial yang terkait dengan audiens.

Sebagai media publik yang menggunakan domain publik yang jumlahnya terbatas, idealnya tv memiliki peran menghibur *(to inform),* mendidik *(to educate),* dan kontrol sosial *(to control social).* Adapun prinsip dasar media yang menggunakan domain milik publik adalah *public's need* (dibutuhkan publik)*, public's importance* (penting bagi publik)*, publis'c necessity* (perlu bagi publik)*, and public's convenience*(nyaman bagi publik). Hal ini menurut Masduki (2007) selaras dengan sistem media penyiaran tanggungjawab sosial.

***

BAGIAN I

MEDIA PENYIARAN LOKAL:
DARI MAKRO HINGGA MESO

BAGIAN I MEDIA PENYIARAN LOKAL: DARI MAKRO HINGGA MESO

1. Ekonomi Politik Pendirian Media Penyiaran TV Lokal di Jawa Timur

Televisi lokal sebagai entitas bisnis berkembang pesat seiring dengan perubahan lanskap penyiaran di tanah air. Demokratisasi penyiaran yang membawa dampak pada pertambahan jumlah tv lokal membuat penyiaran di daerah semakin semarak. Jumlah tv lokal di Jawa Timur yang semula pada tahun 2005 hanya ada 7 stasiun, naik drastis menjadi 35 stasiun pada tahun 2010. Pilihan program tayangan tv juga semakin beragam sehingga kompetisi antarstasiun penyiaran juga semakin ketat.

Perkembangan ini membawa dampak positif yaitu mampu meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam penyiaran, tetapi di sisi lain juga menyisakan dampak negatif yang tidak kalah pelik, yakni belum profesionalnya tv lokal. Kondisi tv lokal, sebagian besar, belum siap bersaing sehingga tidak mampu bertahan *(survive)* di tengah kompetisi media tv yang semakin ketat.

Pendirian tv lokal pada awalnya banyak didorong oleh euforia politik *an sich* dan belum dibarengi dengan kesiapan teknis, program siaran, dan bisnis *plan* yang memadai. Akibatnya, tv lokal hanya terlihat megah pada tahun pertama operasional, sesudah itu tv lokal mulai menghadapi situasi sulit.

Dalam kompetisi program siaran, tv lokal tidak saja bersaing dengan sesama stasiun lokal, tetapi juga harus berhadapan dengan stasiun nasional yang lebih siap dan mapan dalam segala aspek (program siaran, teknis, dan bisnis) serta sudah lebih dahulu berdiri sehingga memiliki pengalaman *(best practice)* mengelola tv secara professional. Tidak dimungkiri, pangsa penonton tv nasional juga meliputi pemirsa lokal sehingga mau tidak mau tv lokal harus *vis a vis* dengan tv nasional.

Investasi TV Lokal

Bisnis tv lokal merupakan salah satu bisnis media yang membutuhkan biaya dan investasi awal yang besar. Menurut catatan penulis paling tidak dibutuhkan 7 milyard hingga 75 milyard untuk modal awal pendirian. Biaya itu meliputi pengadaan infrastruktur, peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), dan biaya operasional untuk biaya produksi serta pengadaan (pembelian) program. Selain itu, investor juga harus menyediakan cadangan biaya untuk dua tahun berjalan agar stasiun tv bisa terus bersiaran dan mampu memroduksi program berkelanjutan. Kemampuan suatu stasiun TV untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati, dan dibutuhkan masyarakat menjadi tantangan mengingat pada tahun-tahun awal pengoperasiannya tv lokal masih belum bisa menghasilkan keuntungan.

Siaran tv komersial dari sisi teknis juga menghadapi tantangan yang ketat. Penyiaran tv akan sangat ditentukan oleh mutu program siarannya dan kualitas penerimaan signal *(reception quality)* di masyarakat. (Wahid, 2005). Program yang bermutu jika tidak didukung kualitas teknis yang memadai hasilnya juga tidak bisa dinikmati dengan jelas oleh pemirsa. Demikian juga dukungan teknis yang memadai jika tidak ditopang isi siaran yang memadai juga tidak akan dilirik pemirsa.

Program yang bermutu dan teknis yang mendukung diyakini akan menarik atau menghasilkan banyak pemirsa dan pemirsa yang jumlahnya besar akan menarik bagi pemasang iklan di stasiun yang bersangkutan. Situasi ini membuat tv lokal kerapkali gamang menakar perannya sebagai media lokal yang diberi amanat untuk turut menumbuhkembangkan dan memelihara budaya lokal atau mengikuti selera pasar agar bisa tetap *survive*.

Kondisi Pemohon TV Lokal Jatim

Antusiasme publik lokal dalam mendirikan tv harus diimbangi dengan kesiapan program siaran, teknis, dan bisnis yang memadai. Regulator harus selektif untuk menghadirkan lembaga penyiaran yang sehat secara bisnis mengingat hanya lembaga penyiaran yang sehat secara bisnis yang dapat didorong untuk bisa menyuguhkan program siaran yang berkualitas. Penilaian pendirian tv lokal tidak hanya semata-

mata hanya mendasarkan kepada aspek teknis ketersediaan kanal, daya dukung ekonomi dan keberagaman pemilik dan isi, tetapi juga melakukan penilaian komprehensif mulai dari aspek legalitas hukum, manajemen, program dan teknis. Diharapkan lembaga penyiaran yang muncul adalah lembaga penyiaran yang berkualitas dan profesional.

Dari analisis isi proposal pendirian lembaga penyiaran di Jawa Timur periode I, masih banyak ditemukan kelemahan dalam aspek program dan manajemen-bisnis. Sebagian besar pemohon masih belum mampu menentukan segmentasi dan *positioning* secara jelas sehingga mereka bisa menentukan dengan jelas bagaimana *road map* pemirsa yang akan menjadi segmentasi tv mereka. Hal ini juga ditunjang kelemahan dalam menyusun *bisnis plan* sehingga tidak bisa memberi gambaran bagaimana posisi bisnis mereka hingga 5-10 tahun ke depan.

Potret ini jika dicermati lebih dalam menyisakan agenda serius, khususnya bagi regulator penyiaran di daerah. Persoalan tersebut berkutat pada dilema kebijakan untuk menghadirkan lembaga penyiaran tv secara kuantitas atau kualitas. Jika pilihannya adalah kualitas sebagaimana yang diamanatkan undang undang, lalu hendak dikemanakan dan bagaimana nasib pemohon yang tidak dikabulkan perizinannya. Padahal para pemohon tersebut telah menginvestasikan modal yang tidak sedikit. Hal ini membutuhkan jawaban yang tidak mudah sekaligus mengisyaratkan kepada regulator untuk terus melakukan penyadaran kepada masyarakat bahwa mengelola bisnis tv komersial itu tidak mudah, tidak gampang, dan penuh resiko.

Dari pengamatan penulis selama melakukan verifikasi faktual keberadaan lembaga penyiaran tv di berbagai daerah di Jawa Timur terkait dengan kesiapan aspek hukum, manajemen, program dan teknis, sebagian besar besar mereka masih berorientasi asal-asalan. Banyak yang terkesan coba-coba dan mengandalkan peruntungan yakni hanya sekadar bisa bersiaran tanpa di dukung oleh studi kelayakan bisnis yang memadai. Hal ini juga terlihat di proposal permohonan yang sebagian besar lemah di dalam menyusun rencana strategis dan bisnis plan.

Dari proposal pemohon 32 tv di Jawa Timur, menurut penilaian penulis tidak lebih dari 30 % yang sehat secara bisnis. Belum lagi bisnis tv kini juga harus menghadapi persaingan dengan tv nasional yang secara bisnis memiliki kemampuan untuk mengaet iklan lebih besar ketimbang tv lokal.

Kepemilikan TV Lokal

Hasil pemeriksaan kepemilikan tv oleh penulis diperoleh fakta bahwa, kepemilikan tv lokal di Jawa Timur masih belum merepresentasikan keberagaman pemilik *(diversity of owneship)* sebagaimana diamanatkan Undang Undang Penyiaran. Pemilik tv lokal sebagian besar adalah pemain lama dalam bisnis media. Biasanya pemilik tv sudah memiliki media penyiaran seperti radio dan menjadikan tv lokal sebagai diversifikasi produk semata.

Kepemilikan media tv lokal, khususnya swasta masih belum benar-benar bertumpu pada potensi dan keberdayaan publik lokal. Bahkan tidak jarang, pemain lokal hanya menjadi *broker* bagi pemilik dana dari Jakarta. Hal ini menarik untuk dicermati mengingat pendirian tv lokal sejatinya adalah untuk memberi peluang bagi publik lokal untuk turut serta merasakan distribusi pendapatan bisnis media.

Pemilik tv lokal masih menjadi kepanjangan tangan pemodal Jakarta untuk investasi bisnis penyiaran. Bisnis ini memang membutukan biaya besar sehingga, pemodal daerah yang asli jarang mampu menyediakan dana hingga 10 Milyard. Menurut pengakuan beberapa pengusaha tv lokal, mereka rata-rata hanya mampu menyediakan 1-2 Milyard. Hal ini yang membuat kepemilikan tv lokal jarang dimiliki oleh para pengusaha lokal secara mandiri.

Di beberapa daerah, ditemukan juga fenomena proyek rugi untuk tv lokal. Biasanya tv lokal ini dimiliki oleh pengusaha dan politisi Jakarta yang diniatkan untuk memperkuat dukungan politik dan sebagai sumbangan sosial di daerahnya. Mereka tidak terlalu memusingkan kembalinya dana modal pendirian, asalkan tetap bisa beroperasi, bagi mereka sudah lebih dari cukup.

Pemeriksaan data dalam proposal pengajuan kepemilikan tv di Jawa Timur juga kerap muncul fenomena pemilik abal-abal, yakni pemilik saham dalam kertas proposal saja, dan bukan pemilik 'riil' sesungguhnya. Pemeriksaan kepemilikan tv stasiun jaringan Jakarta di daerah juga lebih banyak

dicantumkan untuk memenuhi form isian saja. Banyak produser dan penyiar yang dimasukkan menjadi direktur dan memiliki saham, tetapi ketika di konfirmasi yang bersangkutan hanya bekerja sebagai jurnalis, dan tidak memiliki saham sebagaimana di tuliskan dalam proposal. Hal ini tidak saja terjadi pada tv jaringan Jakarta, tetapi juga terjadi pada tv jaringan regional, seperti JTV.

Prospek Bisnis & Tantangan TV Lokal

TV lokal sebagai entitas bisnis harus ditopang dengan manajemen usaha yang profesional agar bisa menghasilkan keuntungan guna menjamin keberlangsungnya. Membangun tv lokal juga membutuhkan waktu yang tidak pendek. Paling tidak dibutuhkan waktu 4 hingga 5 tahun bagi TV lokal agar bisa mencapai *break event point* (BEP). Karena itu, selain modal awal pendirian, manajemen TV lokal harus bisa menyediakan cadangan dana hingga 5 kali lipat guna menjamin keberlangsungan bisnis TV lokal. Artinya, dukungan modal menjadi tolok ukur dari *performance* TV lokal.

Sebagai sebuah entitas bisnis, maka pengelola TV lokal harus mempertimbangkan prinsip-prinsip menjalankan bisnis TV. Selain membangun *differensiasi* dan *posisioning*, sedari awal mereka harus membangun jejaring permodalan. TV lokal juga harus siap melawan kompetitor di pasar terbuka. Mereka tidak hanya akan melawan sesama TV lokal di daerah, tetapi juga harus siap melawan TV Jakarta yang bersiaran nasional. Kendati TV Jakarta sejatinya adalah lawan yang tidak sepadan yang -- mau tidak mau -- harus dihadapi dalam mengelola bisnis TV lokal. Hal yang diperebutkan pun hampir sama yaitu iklan produk nasional yang memiliki nilai ekonomis tinggi.

Publik tidak boleh silau semata-mata pada pencapaian harga iklan TV nasional yang bisa mencapai 30 juta perspot. Riil, mari kita bayangkan pencapaian atau kemampuan TV lokal yang hingga saat ini baru bisa mencapai 300-500 ribu perspot. Dengan harga iklan ini, sejatinya, bisnis mengelola TV lokal amat berat dan dibutuhkan kecerdasan untuk mampu bersaing di tengah berbagai keterbatasan yang dimiliki.

Bisnis TV lokal menuntut profesionalme dan perencanaan yang matang. Manajemen harus memiliki *road map* dan proyeksi bisnis yang jelas hingga 5 tahun dan jika perlu 10 tahun ke depan. Pengelola TV lokal harus paham bahwa bisnis ini amat ditentukan oleh respon pasar dan lagi-lagi itu adalah kehendak pemasang iklan.

Beratnya bisnis TV lokal harus menjadi renungan bersama bagi publik dan regulator penyiaran di daerah. Jangan sampai keberdaan TV lokal justru akan menambah beban bagi pembangunan daerah dan akan menambah sederet permasalah sosial yang bisa menganggu stabilitas daerah.

Hal yang tidak bisa dianggap remeh adalah persoalan *sustainabilty,* baik manajamen maupun program. TV lokal harus memiliki visi ke depan yang jelas, sehingga bisa diterjemahkan dalam misi dan program yang terukur mengingat perubahan yang sangat dinamis menyangkut *lifestyle*, teknologi maupun ilmu pengetahuan. TV lokal harus mampu mengantisipasi berbagai perubahan tersebut dengan cepat dan bisa mengambil keuntungan dari perubahan tersebut melalui sisi bisnis, program, dan teknis.

2. Hati-Hati Investasi TV Lokal

Reformasi politik yang mendorong lahirnya UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 memicu lahir dan tumbuhkembangnya TV lokal di berbagai daerah di Indonesia. Seolah berpacu dengan waktu, jumlah TV lokal meningkat pesat dari waktu ke waktu. Pada tahun 2004 jumlah TV lokal di Indonesia hanya berada pada kisaran 50 stasiun. Namun, saat ini TV lokal telah menembus 139 stasiun. Jumlah ini masih terus berkembang seiring dengan pembukaan loket perizinan di berbagai daerah. Seperti Jawa Timur, jumlah TV lokal kini telah menembus 40 stasiun.

Di beberapa daerah yang memiliki potensi ekonomis tinggi, persaingan sengit dalam mendirikan TV lokal tidak saja terjadi antara sesama investor lokal, tetapi juga dengan investor nasional. Fenomena rame-rame mendirikan TV lokal ini menarik dicermati tidak saja dari aspek politik *an sich* yakni tumbuhnya demokratisasi penyiaran di daerah, tetapi juga dari aspek bisnis (baca ekonomis) yakni prospek investasi penyiaran di daerah.

Bagaimana sejatinya prospek bisnis TV lokal ke depan dan kendala-kendala apa saja yang harus siap dihadapi para investor untuk terjun di bisnis media ini. Bagaimana tingkat resiko bisnis media ini? Jangan-jangan, gelagat rame-rame mendirikan TV lokal ini, hanya euforia, sekadar latah ingin memiliki media TV tanpa memikirkan resiko investasi dan kelanjutan serta prospek bisnis ini ke depan.

Keterbatasan Kanal

Antusiasme masyarakat mendirikan TV lokal harus berhadapan dengan realitas keterbatasan kanal. Sesuai dengan rencana induk *(masterplan)* frekuensi yang diatur dalam Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 76 Tahun 2003, pembagian kanal frekuensi siaran televisi frekuensi Ultra (UHF) di Indonesia terbagi dalam 30 cakupan frekuensi dengan 1.718 saluran. Di setiap provinsi pembagian kanal dibagi dalam area wilayah layanan. Seperti di Jawa Timur, area dibagi dalam 11 wilayah layanan dengan jumlah kanal sebanyak 82.

Jika kita mengacu pada *masterplan* tersebut sebagai dasar pijakan pengaturan kanal TV analog, maka di setiap ibu kota provinsi jumlah kanal tidak lebih dari 14. Sementara di setiap Kabupaten/Kota dalam satu wilayah layanan tidak lebih dari 7 kanal. Dari jumlah kanal tersebut, 80% di antaranya telah dipakai TV Jakarta yang bersiaran nasional. Praktis tidak lebih dari 20% kanal yang diperebutkan TV lokal. Jumlah itu tidak sebanding dengan pemohon TV lokal. Akibatnya, terjadi fenomena pemakaian *co-channel* (pemakaian kanal bersama di area berdekatan) dan *interferens* (saling menganggu) dalam penyiaran TV lokal.

Fenomena ini sudah terjadi di Surabaya Raya dan Malang Raya. Beberapa TV lokal yang *on air* telah terlibat 'perang udara' karena menggunakan kanal yang sama. Dalam perspektif kebijakan penyiaran, situasi ini jelas merugikan kepentingan publik. Keberadaan TV lokal semestinya dapat dinikmati dengan nyaman oleh masyarakat. Jika kemudian siaran (suara dan gambar) tidak jelas karena *interferens* maka kepentingan publik terkorbankan.

Situasi ini semakin kompleks seiring dengan jumlah pemohon TV yang tidak dibatasi. Ditambah dengan prosedur perizinan yang panjang dan tidak adanya kepastian waktu, membuat bisnis TV lokal penuh resiko. Bisa dibayangkan beberapa TV lokal di Surabaya dan Malang hingga saat ini belum ada yang tuntas proses perizinan padahal mereka telah menunggu hampir 7 tahun. Paradogs dengan TV Jakarta yang bersiaran nasional, mereka dengan mudah mendapatkan perpanjangan izin siaran.

Investasi besar

Saat ini, untuk mendirikan TV lokal dibutuhkan modal paling sedikit 7 Milliar. Salah satu TV lokal di Surabaya, menurut pengakuan pengelola, hingga saat ini telah menginvestasikan dana 50 Milliar. Dari sisi investasi di daerah, jumlah itu masuk kategori besar. Terkatung-katungnya perizinan membuat pengelola TV lokal kerapkali meradang. Beberapa waktu lalu mereka juga meminta KPI dan Pemerintah tidak saling melempar masalah terkait dengan belum tuntasnya perizinan TV lokal.

Investor TV lokal seolah dihadapkan pada dilema pelik, maju kena mundur kena. Jika memutuskan untuk maju, hingga kini mereka belum mendapatkan kepastian izin. Sementara jika mundur, mereka sudah telanjur berinvestasi besar.

Ketidakjelasan mendapatkan izin ini sering membuat bimbang pengelola TV lokal. Beberapa pengelola TV lokal mengaku serba salah saat akan memesan alat penyiaran guna meningkatkan kualitas siaran. Mereka selalu diliputi perasaan was-was jangan-jangan spesifikasi teknis yang dipesan tidak sesuai dengan persetujuan pemerintah. Akibatnya, beberapa TV lokal selalu *gambling* dalam memesan alat penyiaran.

Tidak berhenti di situ, wacana digitalisasi yang digemborkan pemerintah membuat situasi bisnis penyiaran daerah penuh ketidakpastian. Tarik ulur perubahan teknologi penyiaran membuat was was terkait dengan investasi peralatan yang dimiliki TV lokal. Jika benar digitalisasi akan segera direalisasikan maka TV lokal juga membutuhkan investasi alat baru bidang penyiaran. Lalu bagaimana dengan alat yang digunakan saat ini. Kembali, pengelola TV lokal akan terus dibuat bimbang.

Daya dukung Ekonomi

Dalam menjamin bisnis TV lokal, ada hal lain yang harus diperhitungkan yaitu iklim investasi yang kondusif. Penentuan jumlah TV lokal seharusnya mempertimbangkan daya dukung ekonomi daerah setempat. Pembagian kanal harus mempertimbangkan daya dukung ekonomi guna menjamin kontinuitas bisnis lembaga penyiaran. Jika di suatu area layanan prospektif hanya untuk 10 TV lokal maka regulator harus berani membuat terobosan untuk membatasi jumlah TV lokal tidak lebih dari 10 stasiun. Upaya ini harus segera dilakukan agar stasiun TV lokal dapat berkembang untuk menjamin sustainability bisnis ke depan.

Tidak dipungkiri, sebagian besar TV lokal yang telah mengudara saat ini masih dalam kondisi merugi dan belum bisa mencapai *break even point* apalagi memperoleh keuntungan. Bahkan, tragisnya kisaran harga iklan TV lokal masih bisa dikalahkan radio yang investasinya jauh lebih kecil.

Pengelola TV lokal sementara masih bertahan dari terus merugi karena semata-mata ingin menunjukkan semangat berusaha di bidang penyiaran lokal. Namun, investor harus sadar mengenai resiko investasi TV lokal. Bisnis ini tidak bisa lagi mengandalkan semangat, tetapi juga harus mempertimbangkan potensi ekonomi, iklim persaingan, dan kejelasan regulasi politik. Bagi pelaku bisnis penyiaran, situasi saat ini jelas merisaukan mengingat bisnis penyiaran sarat modal dan membutuhkan jaminan hukum untuk kepastian bisnis.

Jika situasi seperti ini terus berlanjut, maka masyarakat harus berhati-hati untuk investasi di bidang penyiaran TV lokal. Paling tidak, berbagai kendala tersebut dapat menjadi *early warning* bagi mereka yang tetap nekat dan merasa siap terjun dalam bisnis ini. Bagaimanapun di balik gemerlap bisnis TV lokal, jika kendala ini tidak diantisipasi secara cerdas maka resiko bisnis media ini masih cukup tinggi. (Surya, 11 September 2008)

3. Bisnis Radio Lokal di Jatim, Apa yang dicari ?

Antusiasme publik untuk mendirikan radio komersial (baca, swasta) di Jawa Timur terus meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini terlihat dari jumlah pemohon lembaga penyiaran swasta (LPS) radio di Jawa Timur yang mengurus perizinan melalui *desk* Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur hingga 1998 telah mencapai 188 pemohon. Dari 188 pemohon tersebut, mereka hanya akan memperebutkan 133 kanal. Bahkan, di beberapa kota jumlah pemohon dan kanal yang diperebutkan nampak tidak sebanding. Semisal Kota Surabaya, jumlah pemohon 15, kanal yang diperebutkan hanya 3. Demikian juga di Malang, jumlah pemohon 11, kanal yang tresedia hanya 1. Hal ini juga terjadi di Madiun, Ponorogo, Kediri, Banyuwangi dan Jombang.

Tren ramai ramai terjun bisnis radio swasta disatu sisi patut diapresiasi sebagai bentuk peningkatan partisipasi masyarakat dalam industri penyiaran. Namun, di sisi lain menyisakan kekhawatiran terkait dengan nasib bisnis ini ke depan. Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) dalam Munas beberapa waktu lalu secara jelas memberi peringatan kepada para anggotanya untuk waspada. Mereka memprediksi bahwa industri Radio di Indonesia saat ini sedang dalam situasi penuh tekanan dan bisa menimbulkan ancaman yang serius bagi bisnis radio. Hal ini juga diperkuat dengan data AC Nielsen yang menyatakan bahwa *radio reach/radio listenership* memperlihatkan kecenderungan menurun dari tahun ketahun. Menurut AC Nielsen, jika pada awal tahun 2004 angka pendengar radio di 7 Kota Besar di Indonesia mencapai 70% maka pada tahun 2007, rata-rata pendengar radio menurun menjadi 56%.

Tekanan ini semakin berat seiring dengan semakin berkembangnya jumlah stasiun TV swasta nasional dan lokal yang terbukti lebih perkasa memperebutkan kue iklan untuk menunjang bisnis penyiaran. Seiring dengan tuntutan dan perkembangan teknologi, bisnis radio komersial lokal tidak lagi bisa mengandalkan teknologi konvensional. Mereka dituntut untuk mampu menghadirkan bentuk konvergensi media, seperti *radio streaming (WWR), podcasting, radio phone, radio satelite, radio digital (DAB, DRM, dan HD Radio)* yang berbasis teknologi digital. Fenomena radio jejaring *(networks)* juga turut

memberi tekanan yang berat pada pelaku bisnis radio lokal. Praktisi radio swasta di Surabaya Errol Jonathan (2008) juga memberi prediksi yang sama, ke depan bisnis radio akan terus mengalami penurunan seiring dengan perubahan tren perilaku pendengar radio. Dalam situasi seperti ini masih prospektifkan usaha bisnis radio lokal di Jatim?

Fenomena ini tentu saja dilematis dan menyisakan pertanyaan mengelitik mengenai antuasisme publik mendirikan radio di tengah situasi tersebut. KPID Jatim sebagai lembaga regulator di daerah tentu ingin menghadirkan lembaga penyiaran yang sehat secara bisnis mengingat hanya lembaga penyiaran yang sehat secara bisnis yang dapat didorong untuk bisa menyuguhkan program siaran yang berkualitas. Untuk itu, KPID dalam memberikan penilaian tidak hanya semata-mata mendasarkan kepada aspek teknis ketersediaan kanal, daya dukung ekonomi dan keberagaman media, tetapi juga melakukan penilaian komprehensif mulai dari aspek legalitas hukum, manajemen, program dan teknis. Diharapkan lembaga penyiaran yang muncul adalah lembaga penyiaran yang berkualitas dan profesional.

Dari pemohon yang mengajukan proposal ke KPID, masih banyak ditemukan kelemahan dalam aspek program dan manajemen. Sebagian besar mereka masih belum mampu menentukan segmentasi dan *positioning* secara jelas sehingga mereka bisa menentukan dengan jelas bagaimana *road map* pendengar yang akan menjadi segmentasi radio mereka. Hal ini juga ditunjang kelemahan dalam menyusun *bisnis plan* sehingga tidak bisa memberi gambaran bagaimana posisi bisnis mereka hingga 5 tahun ke depan. Padahal gambaran mengenaki kondisi penyiaran ke depan sangat krusial dan penting.

Problematika kebijakan di radio juga hampir sama dengan dilema menghadirkan media penyiaran tv yakni menghadirkan lembaga penyiaran radio secara kuantitas atau kualitas. Jika pilihannya adalah kualitas sebagaimana yang diamanatkan undang undang, lalu hendak dikemanakan dan bagaimana nasib pemohon yang tidak dikabulkan perizinannya. Padahal para pemohon tersebut telah menginvestasikan modal yang tidak sedikit. Hal ini membutuhkan jawaban yang tidak mudah sekaligus mengisyaratkan kepada regulator untuk terus melakukan penyadaran kepada masyarakat bahwa mengelola bisnis radio komersial itu tidak mudah, tidak gampang, dan penuh resiko.

Dari pengamatan penulis selama melakukan verifikasi faktual keberadaan lembaga penyiaran radio di berbagai daerah di Jawa Timur terkait dengan kesiapan aspek hukum, manajemen, program dan teknis, sebagian besar besar mereka masih berorientasi asal-asalan. Banyak yang terkesan 'coba-coba' dan mengandalkan peruntungan yakni hanya sekadar bisa bersiaran tanpa di dukung oleh studi kelayakan bisnis yang memadai. Hal ini juga terlihat di proposal permohonan yang sebagian besar lemah di dalam menyusun rencana strategis dan bisnis plan.

Dari jumlah 30 radio komesial di Surabaya, menurut penilaian penulis tidak lebih dari 20 % yang sehat secara bisnis. Belum lagi bisnis radio kini juga harus menghadapi persaingan dengan radio jaringan dari Jakarta yang secara bisnis memiliki kemampuan untuk mengaet iklan lebih besar ketimbang radio lokal. Mereka adalah pesaing potensial radio lokal. Jadi, bisnis radio betul-betul penuh beresiko.

Menilik hal ini, bukan untuk menakut-nakuti masyarakat agar tidak mendirikan radio baru, tetapi lebih kepada upaya memberi penyadaran awal sekaligus *early warning* bagi pemohon baru radio di Jawa Timur untuk berhati-hati terjun dalam bisnis ini. Sekaligus terbersit harapan, jika mereka tetap nekat dan merasa diri telah siap serta mengetahui resiko yang dihadapi maka mereka sudah dapat mengantisipasi persaingan yang ketat dan memiliki formula menghadapi bisnis berat ini.

Jangan jangan -- ini sekadar kekhawatiran -- tingginya masyarakat untuk terjun di bisinis radio komesial hanya gelagat untuk sekadar gagah-gagahan dan latah tanpa diimbangi kesiapan bisnis plan yang memadai? (Radar Surabaya, 8 Mei 2008)

4. Survivalitas TV-TV lokal Surabaya Raya

Desentralisasi bidang penyiaran membawa dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah stasiun TV swasta lokal di Jawa Timur. Hingga saat ini, terdapat 32 TV swasta lokal yang mengudara di Jawa Timur. Daerah layanan *(service area)* Jawa Timur sendiri terbagi dalam 11 wilayah layanan siaran. Surabaya Raya

(wilayah I) yang meliputi daerah Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan (Gerbangkertasusila) merupakan wilayah terpadat dengan 10 stasiun lokal.

TV swasta lokal tersebut adalah *JTV, SBO-TV, Surabaya-TV, Arek-TV, MN-TV, MH-TV, TV-Anak (Spacetoon) Surabaya, BC-TV, TV-9,* dan *BBS-TV*. Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) untuk TV lokal Surabaya ini menjadi rekor IPP terbanyak di Indonesia. Bahkan, hingga saat ini, tercatat hanya wilayah layanan Surabaya Raya yang manjadi satu-satunya daerah pemohon IPP TV di Indonesia yang dikabulkan oleh pemerintah dengan menggunakan kanal sekunder *(co-channel).* Dengan demikian, jumlah TV *free to air* yang bisa dinikmati masyarakat Surabaya Raya adalah sebanyak 21 TV (TV lokal dan TV nasional).

Fakta ini di satu sisi patut disyukuri, paling tidak harapan publik lokal untuk menjadi pelaku penyiaran dan muatan lokal akan meningkat. Namun, banyaknya media TV lokal juga menyisakan harap-harap cemas. Jika dicermati dari sisi bisnis yakni daya dukung ekonomi dan peluang usaha, maka bisa jadi wilayah Surabaya Raya dengan 21 TV akan menjadi lahan bisnis yang sesak dan terbatas yang pada akhirnya tidak dapat mendorong industri TV berkembang sehat secara bisnis.

Kendala ini sudah dirasakan oleh para pengelola TV lokal Surabaya yang saat ini sebagian besar sudah *running* program dan *on-air.* Menurut catatan saya, iklan TV lokal surabaya masih sulit untuk menembus angka Rp. 3 juta per*spo*t di *primetime* dan jika hal ini dibandingkan dengan perolehan TV nasional masih jauh dan tidak sebanding yakni mereka bisa mencapai Rp. 30 juta per*spot*.

Bahkan, beberapa TV lokal yang mengambil segmentasi khusus seperti MH-TV yang mengambil *posisioning* sebagai TV-kesehatan, *Spacetoon* Surabaya sebagai TV-anak , BC-TV sebagai TV-bisnis, dan TV9 sebagai TV-dakwah akan menghadapi tantangan yang tidak ringan. Apalagi data AGB Nielsen 2009 menunjukkan bahwa penonton lokal masih suka program hiburan dan belum terpikat dengan acara untuk segmen khusus.

Merujuk data AGB Nielsen, kue *share* pemirsa TV lokal surabaya dibanding TV nasional hanya mampu mencapai 8 %. Jangkauan *(reach)* TV lokal di Surabaya adalah 24 % dari populasi TV atau setara 35% dari jangkauan TV nasional yang mencapai 6 juta orang. Pada hari kerja jangkauan TV lokal di Surabaya mencapai 2.019.000 pemirsa atau 23% dari populasi tv dan pada akhir pekan mencapai 2.140.000 atau 25% dari populasi TV. Kepemirsaan TV lokal tertinggi adalah pada jam tayang utama (19.00 -21.00) dengan jangkauan 684.000 pemirsa atau sekitar 8% dari populasi TV. Penetrasi TV nasional di Surabaya pada hari kerja bisa mencapai 5.875.000 sementara pada akhir pekan mencapai 5.915.000. Hal ini jauh jika dibandingkan dengan perolehan TV lokal yang baru mencapai 2.019 pada hari kerja dan 2.140 pada akhir pekan.

Data ini semakin meneguhkan bahwa sebenarnya TV lokal Surabaya sedang menghadapi situasi yang rumit dan sulit. TV lokal Surabaya tidak saja harus berhadapan dengan kompetitor sesama TV lokal, tetapi juga harus menghadapi TV nasional yang unggul dalam jangkauan dan permodalan.

Survival of the fittest

TV lokal sejatinya adalah entitas bisnis yang khas. TV lokal sebagai industri kreatif memang padat modal. Menurut estimasi saya, TV lokal Surabaya yang *on-air* saat ini harus mampu mencadangkan modal 2 hingga 5 kali lipat dari modal awal agar bisa *survive* dan dapat berkembang sehat.

Apalagi dalam industri TV berlaku prinsip *survival of the fittest.* Untuk menjadi kuat, maka TV lokal harus efisien. TV lokal harus mampu menekan biaya produksi program lokal. Sekadar gambaran bahwa biaya operasional TV lokal rata-rata mencapai 7 juta perjam. Sementara harga iklan baru bisa mencapi 500 ribu per*spot*. Jika selang 10 menit setiap program diberi iklan, maka dalam satu jam TV lokal hanya mampu menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 6 juta.

Dari angka kasar ini saja, TV lokal akan mengalami kerugian hampir Rp.1 juta setiap jam. Jika rata-rata TV lokal bersiaran 12 jam sehari maka mereka akan mengalami kerugian sebesar 12 juta setiap harinya. Mengapa? Hal ini disebabkan masih terlalu rendahnya harga iklan yang diraih TV lokal. Tragisnya, sudah harga iklannya rendah, lahan itu juga diserbu dan diperebutkan TV nasional yang memiliki jangkauan lebih luas.

Melihat tantangan bisnis seperti ini, maka TV lokal dituntut untuk membuat jejaring. Selain itu, TV lokal juga tidak bisa mengandalkan segmentasi khusus. TV lokal yang diharapkan hadir dengan *diversity of content*-nya masih belum dilirik sepenuhnya oleh penonton lokal. Masih banyak penonton lokal yang 'jatuh hati' kepada program TV nasional. Karena itu, mengelola TV lokal lagi lagi harus kembali menjadi supermarket.

Kini, tantangan semakin tergambar jelas bagi TV-TV lokal Surabaya di wilayah Surabaya Raya agar dapat bertahan dalam situasi sulit. Kita berharap TV-TV lokal Surabaya Raya tetap mampu bertahan dan berkembang untuk mengemban amanah penyiaran yang telah diberikan oleh negara. (Radar Surabaya, 20 Februari 2010)

BAGIAN II
STRUKTUR PENYIARAN
Kelembagaan, Bisnis, & Teknologi,

BAGIAN II STRUKTUR PENYIARAN

1. De-Birokratisasi Izin Penyiaran

Karut marut tatanan penyiaran di level nasional dan lokal tidak bisa dilepaskan dari birokrasi perizinan baik di daerah maupun pusat. Akibatnya, birokrasi perizinan lembaga penyiaran menjadi panjang, berbelit-belit, dan rumit. Sekadar ilustrasi, ada beberapa lembaga penyiaran di Jawa Timur yang telah menunggu hampir 5 tahun dan hingga kini status perizinan mereka belum tuntas.

Fenomena ini bagi lembaga penyiaran, khususnya pemohon dan investor adalah hambatan serius. Lagi-lagi jawaban atas masalah ini klasik yakni birokrasi. Di saat perizinan di bidang lain mulai menyederhanakan persyaratan dan prosedur, justru perizinan bidang penyiaran berlomba untuk menambah birokrasi menjadi rumit dan panjang.

Berbagai lembaga/instansi baik di daerah maupun di pusat berusaha untuk turut mengurus banyak sisi yang memungkinkan mereka terlibat dalam penyiaran baik dari aspek struktur (yakni kelembagaan, manajemen, dan teknis), maupun isi siaran.

Akibatnya, kuasa berbagai lembaga tersebut manifes dalam implementasi kebijakan penyiaran. Dalam proses mendapatkan izin penyelenggaraan penyiaran, mereka terlibat secara teknis mulai dari bentuk yang sederhana seperti pemberian rekomendasi hingga pengurusan izin pendukung teknis yang lain.

Masing-masing lembaga berusaha mengukuhkan peran agar tidak dilewati atau di *bypass* dalam urusan izin penyiaran di daerah. Fenomena ini selain menambah panjang birokrasi perizinan penyiaran juga menjadi ajang kontes ria regulator guna menujukkan relasi kuasa atas dunia penyiaran daerah dan nasional.

Jika semua instansi tersebut membebankan biaya administrasi dengan besaran nilai tertentu maka bisa dibayangkan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan pemohon untuk sekadar bisa mendaftar dan diproses di daerah.

Jika disimak secara seksama, hampir semua level birokrasi terlibat dalam perizinan penyiaran mulai dari desa/kelurahan, dinas di daerah hingga pemerintah pusat,. Kendati nampak remeh, *toh* semua tidak bisa dilewati begitu saja. Pemohon harus datang ke desa/kelurahan untuk mendapatkan surat keterangan domisili, padahal sudah ada Kartu Tanda Penduduk. Pemohon juga harus melewati meja-meja perizinan di dinas-dinas terkait guna mendapatkan surat rekomendasi teknis.

Bahkan, jika kebetulan daerah tersebut berada di zona tertentu terkait dengan pertahanan dan keamanan serta penerbangan, lembaga/institusi militer juga terlibat dalam memberi rekomendasi *safety*. Semua persyaratan tersebut harus dilengkapi pemohon untuk dapat mengikuti proses dan tahapan perizinan bidang penyiaran.

Pemenuhan berbagai dokumen administasi itu membuat persyaratan administrasi menjadi momok dan memberatkan. Pemohon seolah dipaksa melengkapi terlebih dulu berbagai dokumen pendukung untuk dapat diproses perizinannya. Sementara jika sudah lengkap, permohonan tersebut belum ada jaminan untuk dikabulkan mengingat realitas kanal/frekuensi yang tersedia terbatas.

Liku panjang proses perizinan ini bisa jadi karena masing-masing birokrasi juga mensyaratkan dokumen sesuai dengan kehendak mereka. Tidak heran jika persyaratan tertentu ada di suatu daerah bisa diurus sementara di daerah lain tidak ada dan tidak bisa diurus. Alhasil, belum ada standardisasi mengenai dokumen-dokumen yang harus di urus di masing-masing daerah terkait dengan penyiaran.

Pada level ini saja, persyaratan administratif sudah memicu lembaga penyiaran untuk langsung bersiaran *(on air)* dan berubah menjadi lembaga *existing*. Bagaimana tidak tergesa-gesa siaran, dalam persyaratan administatif saja mereka sudah diharuskan mengurus rekomendasi dan IMB pendirian tower, IMB Studio, surat ijin usaha perdagangan, ijin gangguan (HO), tanda daftar perusahaan dan yang lain termasuk standardisasi alat-alat penyiaran.

Selain itu, munculnya banyak rekomendasi termasuk dari kepada daerah membuat penyiaran di daerah semakin rumit dan kacau. Beberapa lembaga penyiaran yang sengaja tidak mengurus ijin di KPID, akhirnya menggunakan rekomendasi tersebut untuk bersiaran *(on air)*. Akibatnya, jumlah lembaga penyiaran illegal tidak malah berkurang karena dibukanya proses perizinan, tetapi justru bertambah banyak.

Prosedur dan proses perizinan juga membuat logika penataan penyiaran menjadi terbalik-balik. Mekanisme perizinan yang semula didesain untuk mengurangi lembaga ilegal justru memicu tumbuhnya penyiaran ilegal.. Mengapa? Pemohon telanjur mengurus berbagai dokumen dan investasi alat. Kondisi ini menjadikan status pemohon adalah mereka yang sudah bersiaran, siap dengan perangkat teknisnya. Hal ini juga diperkuat dengan tahapan verifikasi faktual yakni regulator melihat secara langsung kesiapan teknis seperti studio berikut alat-alat yang lain. Dengan demikian pemohon tidak bisa sekadar menunjukkan proposal kosong dan sekadar estimasi atau rencana untuk mengajukan izin penyiaran.

Proses panjang dan bertele-tele ini juga banyak dikeluhkan para investor. Tak ayal penyiaran berkembang menjadi komoditas yang mahal karena proses pengurusannya sulit, bertele-tele, dan melibatkan banyak level birokrasi. Salah seorang investor secara berseloroh mengatakan tidak ada urusan di Indonesia yang serumit izin penyiaran.

Hal ini bisa jadi karena ranah penyiaran adalah wilayah yang sangat menggoda karena potensi ekonomi politik yang dimiliki. Tidak mengherankan jika semua kalangan merasa berkepentingan terhadap haru biru penyiaran untuk turut menancapkan kekuasaan di dalamnya.

Pangkas dan Berdayakan KPI/D

Sudah saatnya birokrasi perizinan lembaga penyiaran yang bertele-tele ini harus dipangkas. Sejatinya, hadirnya KPI/KPID adalah untuk menyederhanakan prosedur perizinan dan bukan alih-alih menambah prosedur dan birokrasi perizinan penyiaran. Semua pihak harus sadar bahwa Proses panjang dan persyaratan berbelit-belit akan menjadikan iklim investasi penyiaran yang tidak sehat. Alih-alih mekanisme perizinan untuk mengurangi lembaga penyiaran illegal justru akan memicu tumbuhnya penyiaran illegal.

Banyaknya dokumen persyaratan yang harus diurus di daerah jelas membuat birokrasi menjadi panjang dan bertele-tele. Publik akan menjadi pihak yang dikorbankan. Menurut hemat penulis, seharusnya persyaratan teknis mengikuti kelayakan isi siaran. Dengan demikian, sebaiknya materi isi siarannya diuji dulu dan jika dinyatakan layak baru mereka dipersyaratkan mengurus berbagai dokumen pendukung tersebut.

Situasi ini harus segera dicarikan solusi secara bijak. Jangan sampai publik harus menunggu dalam situasi penuh ketidakpastian. Jangan sampai tahapan yang bertele-tele ini menjadi peluang hadirnya makelar-makelar pengurusan izin siaran.

Publik tidak boleh dirugikan gara-gara birokrasi yang berbelit-belit. Regulator tidak boleh memanfaatkan kerumitan ini untuk sekadar mengukuhkan relasi kuasa lembaga dalam bidang penyiaran. Sudah saatnya hadir sistem dan prosedur perizinan yang efektif dan efisien agar pelayanan bidang perizinan bisa dijalankan dengan mudah dan efisien

2. *Kolaps*-nya TV lokal, Ironi Industri TV lokal

Berita mengenai kolapsnya manajemen beberapa TV komersial lokal akhir-akhir ini akan menjadi preseden buruk bagi perkembangan TV daerah dan sungguh 'berbahaya' bagi keberlangsungan/prospek demokratisasi penyiaran di daerah. Kolapsnya manajemen TV lokal di Jatim seperti terjadi beberapa saat di beberapa TV di Malang sungguh mengejutkan publik. Apakah ini sebuah fenomena gunung es?

Membangun TV lokal tidak cukup hanya dengan berbekal idealisme. TV lokal adalah entitas bisnis, ia harus ditopang dengan manajemen usaha yang profesional agar bisa menghasilkan keuntungan guna menjamin keberlangsungnya, demikian pendapat yang pernah dikatakan salah satu pemilik TV lokal di Surabaya kepada penulis (2/9/2008). Lebih lanjut dikatakan bahwa setiap orang bisa saja mendirikan TV

lokal, tetapi mereka harus sadar bahwa dibutuhkan waktu 4 hingga 5 tahun bagi TV lokal agar bisa mencapai *break event point* (BEP). Karena itu, selain modal awal pendirian, manajemen TV lokal harus bisa menyediakan cadangan dana hingga 5 kali lipat guna menjamin keberlangsungan bisnis TV lokal. Artinya, dukungan modal menjadi tolok ukur dari *performance* TV lokal.

Sebagai sebuah entitas bisnis, maka pengelola TV lokal harus mempertimbangkan betul prinsip-prinsip menjalankan bisnis TV. Selain membangun *differensiasi* dan *posisioning*, sedari awal mereka harus membangun jejaring permodalan. TV lokal juga harus siap melawan kompetitor di pasar terbuka. Mereka tidak hanya akan melawan sesama TV lokal di daerah, tetapi juga harus siap melawan TV Jakarta yang bersiaran nasional. Kendati TV Jakarta sejatinya adalah lawan yang tidak sepadan yang -- mau tidak mau -- harus dihadapi dalam mengelola bisnis TV lokal. Hal yang diperebutkan pun hampir sama yaitu iklan produk nasional yang memiliki nilai ekonomis tinggi.

Namun, publik tidak boleh silau semata-mata pada pencapaian harga iklan TV nasional yang bisa mencapai 30 juta perspot. Riil, mari kita bayangkan pencapaian atau kemampuan TV lokal yang hingga saat ini baru bisa mencapai 500 ribu perspot. Dengan harga iklan ini, sejatinya, bisnis mengelola TV lokal amat berat dan dibutuhkan kecerdasan untuk mampu bersaing di tengah berbagai keterbatasan yang dimiliki.

Obsesi memiliki dan mendirikan TV lokal tentu boleh boleh saja, tetapi sedari awal harus disadari bahwa bisnis ini penuh resiko yang menuntut profesionalme dan perencanaan yang matang. Manajemen harus memiliki *road map* dan proyeksi bisnis yang jelas hingga 5 tahun dan jika perlu 10 tahun ke depan. Pengelola TV lokal harus paham bahwa bisnis ini amat ditentukan oleh respon pasar dan lagi-lagi itu adalah kehendak pemasang iklan.

Kesulitan TV di Malang Raya harus menjadi renungan bersama bagi publik dan regulator penyiaran di daerah. Ada beberapa hal yang patut direnungkan kembali terkait dengan bangkrutnya manajemen TV lokal agar menjadi *early warning* bagi publik yang akan dan mulai membangun bisnis TV lokal. Dus, menjadi panduan bagi mereka yang tetap 'nekat' akan mendirikan TV lokal.

Pertama, TV lokal sejatinya berpacu di lahan sempit dengan biaya/ongkos operasional tetap tinggi. Selain itu, mereka harus melawan kompetitor nasional. Sekadar gambaran bahwa biaya operasional TV lokal rata-rata mencapai 5 juta perjam. Sementara spot iklan baru bisa mencapi 300 ribu perspot. Jika selang 5 menit setiap program diberi iklan maka dalam satu jam TV lokal hanya mampu menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 3,6 juta. Dari angka kasar ini saja TV lokal akan mengalami kerugian hampir Rp.1,4 juta setiap jam. Jika rata-rata TV lokal bersiaran 12 jam sehari maka tinggal mengkalikan saja dan mereka akan mengalami kerugian sebesar 16 juta juta setiap harinya. Mengapa? Hal ini disebabkan masih terlalu rendahnya harga iklan yang bisa dicapai TV lokal.

Barangkali logika inilah yang melatarbelakangi mengapa manajemen TV lokal dituntut untuk mampu menyediakan cadangan dana hingga 5 tahun pada saat biaya iklan belum mencapai harapan. Tragisnya, sudah harga iklannya rendah, lahan itu juga diserbu dan diperebutkan TV nasional yang memiliki jangkauan lebih luas.

Pemasang iklan pasti akan memilih memasang iklan di TV nasional dengan *coverage area* lebih luas ketimbang TV lokal yang terbatas. Apalagi sejak bergabungnya TV nasional dalam satu grup membuat daya tawar mereka lebih kuat. Kelompok media ini berkonsolidasi membangun konglomerasi media yang mampu menawarkan biaya iklan jauh lebih murah dan efisien ketimbang di TV lokal. Sekadar ilustrasi bahwa dengan 30 juta perspot, pengiklan di RCTI akan mendapat bonus iklan otomastis yang muncul di TPI, Global TV, dan Trijaya Network, bisnis radio berjaringan di seluruh Nusantara.

Dalam situasi seperti itu, jelas TV lokal akan tertekan. Bagaimana mungkin mereka tetap bisa bersaing, jika TV lokal selalu kalah dalam jangkuan, penetrasi, *rating* dan *audience* share, serta konsolidasi usaha sejenis. Disisi lain, iklan TV lokal selam ini justru masih banyak yang berasal dari iklan produk nasional (60 %).

Kedua, Mengelola TV lokal ternyata tidak bisa mengandalkan segmentasi khusus. TV lokal yang diharapkan hadir dengan *diversity of content*-nya masih belum dilirik sepenuhnya oleh penonton lokal. Masih banyak penonton lokal yang 'jatuh hati' kepada program TV nasional. Karena itu, mengelola TV lokal lagi lagi harus kembali menjadi supermarket. TV lokal harus kembali kepada format umum yang mampu

menghadirkan program hiburan untuk semua kalangan. Dengan demikian TV lokal harus menjual apa saja dan untuk kalangan mana saja serta tidak bisa hanya melayani kebutuhan spesifik tertentu untuk meningkatkan *audience share*-nya. Sudah jelas bahwa program khusus seperti dakwah, pendidikan, informasi masih belum mendapat tempat dihati permirsa lokal. Segmentasi khusus masih jauh dari apa yang diharapkan publik lokal.

Kita tengok, beberapa TV nasional yang awalnya mengarap segmentasi khusus juga akhirnya tidak berdaya dan balik kucing. TPI yang membangun segmentasi khusus pendidikan harus bergeser ke segmentasi umum. Di tanah air ini, dimana budaya membaca masih belum mengakar, membentuk preferensi khusus pemirsa TV terhadap saluran khusus bukan perkara mudah. Apalagi pengiklan juga belum percaya pada performance TV lokal dengan segmentasi khusus.

Mau tidak mau TV lokal harus menyajikan beragam isi agar pasar bisa merespons. TV lokal harus memperbanyak acara hiburan dan lagi lagi bukan segmentasi khusus sebagaimana banyak digagas TV lokal selama ini. Segmentasi *news*, anak-anak, *sport* masih belum bisa berkembang dan akhirnya semua balik kucing mengarap segmentasi umum. Dalam situasi publik masih belum mapan pendidikan dan status ekonomi, keberadaan TV lokal masih akan masih menghadapi tantangan berat.

Semua pihak harus sadar bahwa demokratisasi penyiaran yang memberi peluang seluas-luasnya bagi parrtisipasi publik untuk mendirikan TV lokal cepat atau lambat akan membawa korban. Akhirnya, mekanisme pasar menjadi penentu dan menjadi 'palu godam' bagi mereka yang hanya bermodal idealisme semata. Alih alih keberdaan TV lokal akan memberi kontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah, justru jika keberadaan TV lokal tidak dikelola dengan *back up* manajemen usaha yang mumpuni maka akan menambah sederet permasalah sosial yang bisa menganggu stabilitas daerah. Semoga kesulitan TV lokal di Malang tidak menjadi tanda awal tutupnya TV lokal yang lain.

3. Izin Penyiaran dan Diskresi KPID

Banyak pengamat dan praktisi media penyiaran mulai menyuarakan aspirasi kepada KPID untuk menghentikan izin baru bagi lembaga penyiaran di Jawa Timur. Salah satu tulisan yang menarik adalah opini Arifin BH di Surya, Kamis, 2 September 2010 dengan judul "Hentikan Izin Baru Penyiaran". Tulisan itu menarik untuk didiskusikan lebih lanjut. Tulisan tersebut selain menjadi *warning* bagi para pihak yang menjadi regulator penyiaran di daerah juga tebersit kecemasan akan nasib dan masa depan lembaga penyiaran di Jawa Timur.

Asumsinya sangat sederhana bahwa jika izin baru penyiaran (IPP) terus diberikan maka lembaga penyiaran di Jawa Timur akan semakin kacau dan banyak yang gulung tikar. Bahkan, kekhawatian tersebut dapat dibaca dengan jelas dengan hadirnya Komite Masyarakat Peduli Penyiaran (KMPP) di Jawa Timur yang diinisiasi para tokoh penyiaran di Jawa Timur.

Sebagai salah seorang yang turut terlibat dalam pengambilan keputusan atas izin lembaga penyiaran di Jawa Timur selama tiga tahun terakhir, ada beberapa hal yang patut diluruskan.

Pertama, Proses perizinan yang dibuka KPID Jawa Timur sejatinya adalah ikhtiar bersama, hasil konsultasi KPID dengan publik, khususnya masyarakat penyiaran Jawa Timur. KPID pada saat itu memaparkan kondisi riil dan kemudian mendapatkan masukan guna mencari solusi atas probem penyiaran yang karut marut tersebut.

Hasil konsultasi tersebut akhirnya menyepakati untuk membuka pendaftaran perizinan dengan sistem buka-tutup melalui sistem kloter. Kloter 1 dibuka mulai 31 Oktober hingga 31 Desember 2007. Jadi waktunya hanya 2 bulan saja dan hasil dari pendaftaran tersebut akhirnya diperoleh lembaga penyiaran yang akan diproses lebih lanjut untuk diselesaikan proses perizinan yang terkatung-katung pada masa sebelumnya. Jadi, sekali lagi patut ditegaskan bahwa sejak saat itu KPID Jawa Timur belum membuka kembali pendaftaran lembaga penyiaran di Jawa Timur. Artinya, sistem pendaftaran lembaga penyiaran di Jawa Timur tidak bisa sewaktu waktu *(anytime)* dilayani layaknya mengurus KTP yang *first come first serve* dengan mengingat keterbatasan kanal. Terbukti mekanisme ini akhirnya manjur dan diadopsi oleh hampir sebagian besar KPID di seluruh Indonesia. Rumus 'kloter pendaftaran' dengan sistem buka-tutup terbukti

efektif untuk menyeleksi dan menghambat berbondong-bondongnya publik mengajukan izin baru sekaligus dapat memroses lembaga penyiaran yang sudah mendaftar, termasuk yang lembaga penyiaran eksisting.

Kedua, Euforia kebebasan pascareformasi secara alami telah mendorong publik beramai-ramai mendirikan lembaga penyiaran baru di berbagai daerah. Akhirnya, jumlah lembaga penyiaran meningkat pesat hampir 400% di Jawa Timur. Celakanya, hampir sebagian besar telah *on-air* dan melakukan investasi besar. Bak buah simalakama, KPID ditengah belum mapannya regulasi teknis perizinan harus melakukan ikhtiar untuk memroses perizinan di daerah. Solusi awal agar ada singkronisasi antarlembaga, KPID bersama lembaga terkait membuat *desk* penyiaran bersama yang akan menangani bersama-sama pula proses perizinan. Ini adalah pilihan strategis agar tidak ada lembaga yang kehilangan peran dalam memroses perizinan tersebut.

Saya berani berdebat bahwa tidak ada mekanisme lain yang bisa mengurai problematika penyiaran di Jawa Timur termasuk mendefinisikan dengan jelas status legal dan illegal lembaga penyiaran selain melalui mekanisme perizinan. Itu artinya bahwa perizinan harus diselesaikan dan tidak ada yang perlu dicemaskan karena mekanisme seleksi dilakukan secara transparan dan berjenjang termasuk melibatkan lembaga lain dan publik Jawa Timur dalam evaluasi dengar pendapat. Jika Sdr. Arifin cermat, *insyaAllah* tidak ada istilah obral perizinan baru lembaga penyiaran di Jawa Timur. Selain prosentase lembaga yang lolos kecil tidak sampai 20% juga proses perizinan belum tuntas di tingkat pusat sehingga izin penyelenggaraan penyiaran bagi lembaga penyiaran yang lolos di Jawa Timur juga belum final.

Ketiga, ide dan saran untuk menghentikan izin baru penyiaran juga harus jelas untuk kategorisasi izin penyiaran bagi jenis lembaga penyiaran yang mana. Sebagaimana diketahui dalam UU No. 32/2002 lembaga penyiaran terdiri atas lembaga penyiaran swasta, publik, komunitas, dan berlangganan. Jika ide dan saran itu untuk diarahkan untuk jenis lembaga penyaran swasta, itupun juga belum cukup komprehensif mengingat masih banyak daerah belum maju yang terbuka bagi pendirian lembaga penyiaran. Ide itu menurut saya cocok untuk daerah ekonomi maju dan jumlah lembaga penyiarannya melebihi daya dukung ekonomi. Namun, jika ide itu juga berlaku untuk lembaga penyiaran komunitas, publik, dan berlanggaan maka sejatinya ide itu juga melawan hak asasi dan hak demokratisasisi publik untuk terlibat dalam penyiaran. Jadi semestinya ide itu hanya diarahkan bagi lembaga penyiaran swasta dan di daerah ekonomi yang sudah jenuh.

Hadirnya KMPP Jatim

Euforia kebebasan, belum mapannya regulasi, dan juga kontes regulasi penyiaran ini tentu memiliki kontribusi bagi karut-marut penyiaran di daerah sebagaimana dirisaukan Sdr. Arifin. Namun, dalam posisi seperti ini tentu KPID yang diberi amanah sah oleh undang-undng tidak boleh dikebiri kewenangannya termasuk juga dengan hadirnya Komite Masyarakat Peduli Penyiaran (KMPP) di Jawa Timur. Hadirnya lembaga itu hanyalah dalam rangka memperkuat partisipasi publik dan meningkatkan kontrol atas mekanisme legal yang disandarkan pada KPID.

Dalam posisi seperti inilah, saya menyambut baik hadirnya KMPP Jatim untuk ikut mengawal tugas berat KPID mengurai permasalahan penyiaran Jawa Timur. Marilah kita semakin dewasa dalam menyikapi permasalahan penyiaran di Jawa Timur dengan memberi kepercayaan kepada para komisioner untuk melanjutkan tugas membangun penyiaran lebih maju. (Surya, Oktober 2010)

4. Desain Transisi Kelembagaan dan Isi Siaran Radio Pemerintah Daerah Menjadi Radio Publik Lokal di Jawa Timur

Eksistensi Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) di Jawa Timur menghadapi situasi rumit pascapengesahan UU Penyiaran 32/2002 mengingat tidak ada kelembagaan penyiaran pemerintah. Dalam proses transisi menjadi radio publik lokal (RPL), RKPD di Jawa Timur menghadapi tantangan dan problem yang kompleks, khususnya menyangkut kelembagaan dan isi siaran.

Sejak UU Penyiaran disahkan tahun 2002 dan keluarnya Peraturan Pemerintah No. 11 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran publik hingga saat belum ada perkembangan secara signifikan keberadaan radio milik pemerintah ini menjadi radio publik. Bahkan, menurut catatan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Timur (2009) hingga saat ini belum ada radio pemerintah daerah yang mampu menyelesaikan perubahan status badan hukumnya secara tuntas sebagai radio publik sebagaimana digariskan dalam peraturan.

Mengingat pentingnya keberadaan radio publik dalam memenuhi kebutuhan semua lapisan masyarakat maka proses transisi ini harus segera dimulai dan dilakukan guna menjamin tumbuhnya radio publik di daerah. Komitmen ini tertuang dalam peraturan pemerintah No. 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.

Selain kelembagaan, radio publik juga harus merubah paradigma dan visi dari radio pemerintah menjadi radio publik, dengan menekankan adanya partisipasi dan keterlibatan publik dalam program acara yang dikembangkan. Dengan demikian radio publik tidak lagi menjadi suara pemerintah, tetapi lebih menjadi ruang publik bagi tumbuh kembangnya partisipasi publik melalui media informasi.

Dalam situasi perkembangaan demokrasi, keterbukaan publik, dan kemajuan teknologi serta dinamika masyarakat, keberadaan radio publik sangat diperlukan. Untuk memberikan keseimbangan dalam memperoleh informasi, pendidikan, kebudayaan, dan hiburan yang sehat pada masyarakat, diperlukan lembaga penyiaran publik yang bersifat independen, netral, tidak komersial.

Lembaga penyiaran ini tidak semata-mata memproduksi acara siaran sesuai tuntutan liberalisasi dan selera pasar, serta bukan pula sebagai media pemerintah, melainkan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Keberadaan lembaga penyiaran publik dimaksudkan untuk bisa membuka ruang publik *(public sphere)* dengan memberikan hak memperoleh informasi yang benar *(right to know)* dan menyampaikan pendapat atau aspirasi *(right to express)* bagi masyarakat sehingga mampu atkan masyarakat sebagai warga negara dan subyek penyiaran yang pada gilirannya dapat berpartisipasi aktif dalam bidang penyiaran.

Melalui UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 Lembaga Penyiaran Publik diformat sebagai lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Hal ini selaras dengan pengalaman pengembangan media publik di berbagai negara sebagaimana di paparkan Unesco 2001 bahwa Lembaga penyiaran publik memang dimaksudkan sebagai media alternatif di tengah dominasi media kapitalis dan media pemerintah.

> "*…Neither commercial nor state-controlled, public broadcasting's only raison d'etre is public service. It is the public's broadcasting organization; it speaks to every one as a citizen. Public broadcasters encourage access to and participate in public life. They develop knowledge, broaden horizons and enable people to better understand themselves by better understanding the world and others". (UNESCO, 2001)*

Keberadaan lembaga penyiaran pemerintah di berbagai daerah hingga kini masih sedang dalam proses transformasi dan mencari bentuk sebagai badan hukum penyiaran publik. Banyak kendala dan tantangan yang harus dihadapi dalam proses transformasi kelembagaan ini. Hingga saat ini, perkembangan lembaga penyiaran LPP lokal masih belum mampu menampilkan *performance* sebagaimana diamanatkan undang-undang. Mereka juga belum dapat menjalankan fungsinya sebagaimana konsep penyiaran publik sebagaimana sudah dijalankan di berbagai negara demokratis yang lain.

Disadari upaya untuk mendesain dan mengembangkan media penyiaran ini ke depan akan menghadapi tantangan yang kompleks. Sementara keberadaan LPPL di berbagai daerah kabupaten/kota masih tetap mempunyai peran yang strategis dalam pemberdayaan pontensi daerah. Proses ini tentu harus di arahkan agar keberadaan LPP Lokal dapat menjadi bagian dari perhatian dan aset milik publik.

Ke depan LPPL dituntut untuk semakin mampu meningkatan kualitas siaran mengingat tanpa adanya kemampuan untuk meningkatkan terus kualitas siaran radio, maka siaran radio akan semakin

ditinggalkan oleh masyarakat, dan semakin terpinggirkan didalam perkembangan teknologi komunikasi. Demikian pula aspek manajemen usaha dan pengembangan bidang teknis yang lain.

Dalam situasi dan transisi saat ini maka LPP Lokal diharapkan dapat memainkan peran sebagai media publik yang dapat memberikan ruang bagi publik untuk ikut berperan melalui lembaga penyiaran. Diharapkan melalui riset ini pengelolaan LPP Lokal di Jawa Timur dapat dilakukan secara profesional dan sesuai dengan cita-cita untuk mendorong tumbuh kembangnya partisipasi publik dan demokratisasi penyiaran

1. Kelembagaan/Struktur

Tahapan yang dapat dilakukan untuk perubahan badan hukum LPPL:

Sebagai badan publik maka bentuk kelembagaan yang memungkinkan adalah seperti model badan kuasi/*auxilary state*. LPP akan ada dewan pengawas dan pelaksana yang didukung kesekretariatan yang meungkinkan mengelola alokasi dana dari negara.

Isi Siaran

Radio khusus pemerintah daerah di Jawa Timur masih belum mampu melepaskan diri dari ciri khas awal sebagai radio milik pemerintah. Sebagian besar program acara masih merepresentasikan program pemerintah. Ciri khas sebagai radio publik masih belum terlihat. Program acara radio hampir sama dengan program yang dimiliki radio swasta pada umumnya. Program acara sebagian besar masih dominan kepentingan pemerintah dan belum menjadi wadah aspirasi kepentingan, aspirasi dan pemberdayaan publik.

Program acara lokal yang menjadi kekuatan dan ciri khas radio publik masih belum sepenuhnya merepresentasikan budaya lokal. Bahkan banyak ditemukan program acara mengikuti kehendak pasar dan budaya baru metropolitan diberbagai daerah baik dalam siaran kata maupun musik. Hal ini tergambar dalam program siaran hiburan dan siaran kata yang terjadi merata di semua radio milik pemerintah di Jawa Timur.Sebagai radio publik, RKPD masih kecil prosentase siaran lokal.

Representasi kultural Jawa Timur dengan budaya Pandalungan, Mataraman, Madura, dan Arek dengan tipologi masyarakat yang didominasi masyarakat agraris yang relegius dan budaya jawa belum jelas terlihat dalam siaran lokal. Bahkan di berbagai daerah siaran kata lebih dominan budaya kontemporer metropolitan.

***

Radio yang dikelola pemerintah daerah di Jawa Timur tidak ada pilihan kecuali menjadi radio publik lokal sebagaimana dimaksud dalam UU Penyiaran 32/2002. Radio publik adalah radio yang didirikan oleh negara yang pengelolaannya bertumpu pada anggaran negara. Untuk menjaga keterwakilan publik, struktur kelembagaan radio publik mengakomodasi dewan pengawas. Dewan pengawas adalah unsur publik yang memegang otoritas penuh dalam penyusunan kebijakan dan arah program sebuah radio. Dewan pengawas diwajibkan menjamin bahwa walaupun negara yang mendanai, bukan berarti radionya hanya berpihak pada kepentingan pemerintah semata. Radio ini harus mendudukkan diri di atas semua kepentingan stakeholders penyiaran. Perannya lebih difokuskan bagi kemaslahatan publik.

Selama ini untuk akses dan informasi mengenai aktivitas pemerintah daerah, langkah yang paling mudah adalah dengan mendengarkan informasi yang disampaikan pemerintah melalui radio pemerintah yang dikelola oleh pegawai pemerintahan. Radio ini di kab/kota di Jawa Timur dikenal dengan sebutan Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD).

Hampir semua kabupaten dan kota di Jawa Timur memiliki RKPD. Namun, kemudian muncul persoalan dengan diundangkannya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Eksistensi RSPD terancam. Pasalnya, UU ini tidak mengakomodasi eksistensi radio (milik) pemerintah. Berdasarkan UU Penyiaran ini, lembaga penyiaran (radio atau televisi) terbagi menjadi empat jenis: lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, dan lembaga penyiaran berlangganan.

Berdasarkan pengertiannya, radio publik adalah radio yang didirikan oleh negara yang pengelolaannya bertumpu pada anggaran negara. Untuk menjaga keterwakilan publik, struktur kelembagaan radio publik mengakomodasi dewan pengawas. Dewan pengawas adalah unsur publik yang memegang otoritas penuh dalam penyusunan kebijakan dan arah program sebuah radio. Dewan pengawas diwajibkan menjamin bahwa walaupun negara yang mendanai, bukan berarti radionya hanya berpihak pada kepentingan pemerintah an-sich. Radio ini harus mendudukkan diri di atas semua kepentingan *stakeholders* penyiaran. Perannya lebih difokuskan bagi kemaslahatan publik.

Perubahan Kelembagaan

RKPD dianggap lebih dekat ke jenis radio publik mengingat RKPD mengklaim sebagai radio yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan publik secara luas akan informasi, hiburan, dan pendidikan.

Sejalan dengan visi seperti ini adalah radio publik dapat melayani warga secara luas. Hal ini lah yang membuat mengapa LPPL tidak menjadi radio komunits karena hanya melayani komunitas yang terbatas

yakni hanya sejauh 2,5 kilometer udara. Berbeda halnya dengan radio publik yang diberikan jangkauan hingga 12 kilometer udara dari pusat kota bila radio itu ada di wilayah kabupaten atau kota.

Sementara jika mengubah kelembagaannya sebagai lembaga penyiaran swasta, tentu itu akan bertabrakan dengan visi RSPD karena radio swasta harus berorientasi profit. Demikian juga halnya jika berubah menjadi radio berlangganan. Pilihan yang ada adalah menjadi *profit making enterprise* atau *public service institution*.

Untuk mengubah RKPD menjadi radio publik, yang harus dilakukan adalah, pertama, pemda atas persetujuan DPRD setempat membentuk badan hukum sebagai dasar pendirian radio tersebut.

Kedua, segera menyiapkan radio publik menjadi sebuah badan otonom yang terpisah secara struktural dari pemerintahan daerah.

Ketiga, menyiapkan calon dewan pengawas yang terdiri dari unsur-unsur di masyarakat. Dewan pengawas ini yang nantinya akan memilih dewan direksi dan menetapkan kebijakan umum penyelenggaraan penyiaran di radio. Dewan pengawas ini dipilih oleh DPRD dan akan ditetapkan oleh bupati bila radio ini berada di kabupaten atau oleh wali kota bila berada di kota, atau gubernur bila berada di tingkat provinsi.

Jika terdapat kesulitan dalam memahami kelembagaan radio publik ini, pemda dapat melihat pada sistem kelembagaan yang ada di RRI. RRI saat ini telah berubah menjadi radio publik. Pengelolaannya dilakukan oleh dewan pengawas yang dipilih DPR RI dan dewan direksi yang dipilih oleh dewan pengawas.

Mengingat betapa pentingnya keberadaan radio publik dalam memenuhi kebutuhan semua lapisan masyarakat maka pemerintah pusat harus menyediakan alokasi frekuensi bagi radio jenis ini. Apalagi, pemerintah telah bertekad akan menjamin tumbuhnya radio publik di daerah. Komitmen ini tertuang dalam peraturan pemerintah No. 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.

Sebagai langkah awal maka Kepala Daerah Gubernur/Bupati/Walikota membuat Surat Keputusan yang berisi Keputusan tentang perubahan status dari Radio Pemerintah menjadi radio publik lokal (RPL). Pada tahap internal dilanjutkan dengan penyiapan tim transisi untuk penyesuaian struktur organisasi dan tata kelembagaan untuk mengisi posisi dan dukungan keuangan sesuai peraturan LPPL. Tugas selanjutnya adalah penyusunan usulan Draf PERDA LPPL melalui konsultasi dan uji Publik, biro hukum untuk kemudian diajukan ke DPRD. Melalui pembahasan di dewan maka akan menjadi PERDA LPPL dan sah menjadi badan hukum publik

Perubahan Isi Siaran

Isi siaran LPPL harus mencerminkan kepentingan publik dan benar-benar didasarkan atas kebutuhan publik *(public's need)* bukan sekadar yang diinginkan publik *(public's want).* Program siaran harus mencerminkan kepentingan publik (representasi suara publik).

Transisi ini bisa dimulai dengan menjadikan LPPL sebagai media komunikasi masyarakat dengan berbagai lembaga pelayanan publik. Masyarakat bisa mendapatkan informasi terkait dengan problematika yang sedang dihadapi dan radio mampu menjembatani kepentingan itu dengan mempertemukan para pihak terkait melalui siaran.

Sebagai media informasi publik, pengelola radio publik di daerah harus segera membentuk kelompok-kelompok pendengar. Kelompok pendengar ini yang akan menjadi penyampai aspirasi dan harus didorong aktif menyalurkan aspirasinya terhadap keberadaan radio. Aspirasi yang disampaikan yang kemudian akan menentukan format dan program siaran yang akan dipancarluaskan oleh radio publik.

Sejatinya, radio publik harus menjadi sebuah ruang tempat berdialognya semua komponen yang ada di masyarakat. Misalnya, bila pemerintah daerah ingin mengeluarkan sebuah kebijakan menaikkan ongkos angkutan kota, radio bisa menyediakan ruang publik untuk berdialog bagi pemerintah dan kelompok masyarakat yang akan terkena dampak kebijakan tersebut.

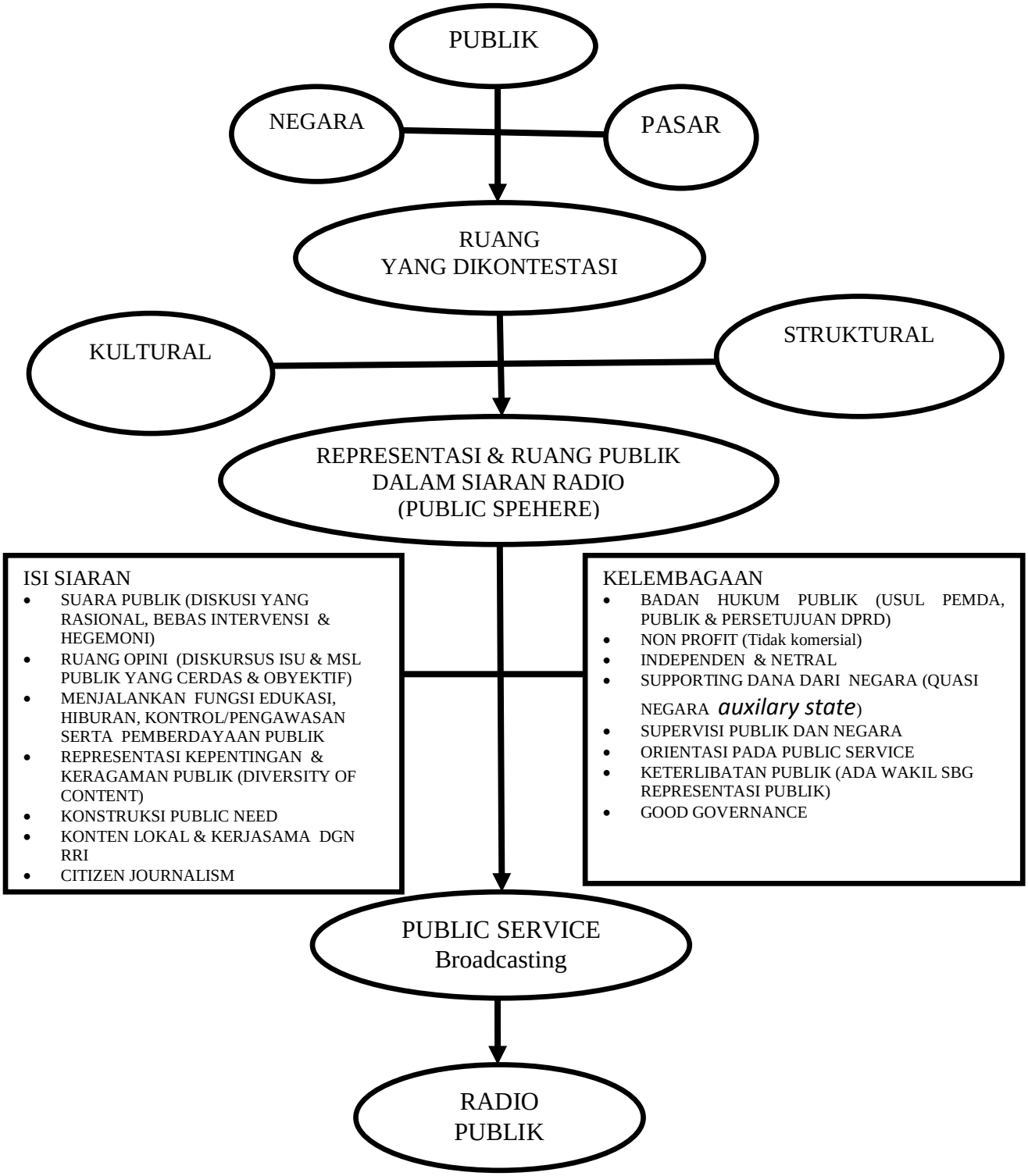
Dalam ruang itu, pemerintah dan masyarakat dapat berdebat secara terbuka perihal kebijakan yang akan terbit itu. Dengan demikian, kebijakan yang akan lahir itu dipahami dan tidak muncul di ruang hampa.

Dalam masyarakat yang demokratis, penyediaan ruang publik yang bebas merupakan sebuah keniscayaan. Tersedianya ruang publik yang menjadi tempat pertemuan aneka gagasan yang dilontarkan anggota masyarakat akan membentuk masyarakat menjadi cerdas dan peduli terhadap ruang sosialnya. Melalui LPPL masyarakat bisa melakukan diskusi yang rasional, membentuk opini, menjalankan pengawasan terhadap negara.

Terkait dengaa isi siaran LPPL sebagai media publik maka format isi siaran siaran dapat merepresentasikan budaya lokal sebagai benteng sekaligus pelestari budaya agar masyarakat tidak tercerabut dari budaya asal (lokal)**.** Siaran dapat menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas dengan menghadirkan siaran yang bisa mendorong warga terlibat secara aktif dan Radio dapat berfungsi sebagai ruang publik tempat masyarakat mendiskusikan persoalan-persoalan mutakhir yang dihadapi.

Tren saat ini terkait dengan *media habit*, masyarakat sebenarnya juga sedang mencari alternatif di luar media arus utama *(main stream)* maka radio publik harus memapu menangkap kebutuhan itu agar menjadi alternatif untuk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pendengar.

Sebagai radio publik, LPPL harus mampu menjembatani kepentingan publik dengan pemerintah bukan hanya membenarkan dan ajang sosialisasi program pemerintah dan mampu memberikan wadah bagi masyarakat umum untuk menyampaikan aspirasi, kepentingan dan akan terjadi dialog dua arah yang sehat.


PUBLIK
NEGARA
PASAR
RUANG
YANG DIKONTESTASI
KULTURAL
STRUKTURAL
REPRESENTASI & RUANG PUBLIK
DALAM SIARAN RADIO
(PUBLIC SPEHERE)
ISI SIARAN
SUARA PUBLIK (DISKUSI YANG RASIONAL, BEBAS INTERVENSI & HEGEMONI)
RUANG OPINI (DISKURSUS ISU & MSL PUBLIK YANG CERDAS & OBYEKTIF)
MENJALANKAN FUNGSI EDUKASI, HIBURAN, KONTROL/PENGAWASAN SERTA PEMBERDAYAAN PUBLIK
REPRESENTASI KEPENTINGAN & KERAGAMAN PUBLIK (DIVERSITY OF CONTENT)
KONSTRUKSI PUBLIC NEED
KONTEN LOKAL & KERJASAMA DGN RRI
CITIZEN JOURNALISM
KELEMBAGAAN
BADAN HUKUM PUBLIK (USUL PEMDA, PUBLIK & PERSETUJUAN DPRD)
NON PROFIT (Tidak komersial)
INDEPENDEN & NETRAL
SUPPORTING DANA DARI NEGARA (QUASI NEGARA auxilary state)
SUPERVISI PUBLIK DAN NEGARA
ORIENTASI PADA PUBLIC SERVICE
KETERLIBATAN PUBLIK (ADA WAKIL SBG REPRESENTASI PUBLIK)
GOOD GOVERNANCE
PUBLIC SERVICE
Broadcasting
RADIO
PUBLIK

Dalam aspek kelembagaan, LPPL harus merubah diri menjadi lembaga penyiaran publik dengan bentuk badan hukum publik melalui Perda. Badan hukum publik memungkinkan adanya partisipasi dan supervisi publik yang akan turut terlibat dan menjadi pengawas dan pelaksana dalam pengelolaan radio publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa radio pemerintah di Jawa Timur belum memiliki desain yang baku untuk merubah diri menjadi radio publik. Hal ini dapat dilihat dari beragamnya jenis badan hukum yang dipilih diantaranya menjadi BUMD, lembaga swasta, UPT Teknis, Unit dibawah dinas pemerintah seperti: dinas Informasi, dinas perhubungan, dan sekretaria/protokoler Pemda. Badan hukum publik akan membawa implikasi pada aspek teknis pendanaan dan pengelolaan organisasi yang independen, netral, dan menjamin good governance.

Dalam aspek Isi siaran, LPPL sebagian besar isi siaran masih mencerminkan kepentingan pemerintah dan belum mampu menjadi ruang publik yang fokus pada pelayanan publik dan agenda-agenda publik. Selama ini isi siaran RKPD masih menjadi suara pemerintah daerah dan sebagai media sosialiasi kegiatan dan program pemeintah belum menjadi ruang diskusi, aspirasi, dan perbincangan mengenai berbagai masalah dan solusi yang dihadapi masyarakat. Isi siaran harus mencerminkan kepentingan publik dan konstruksi pada kebutuhan publik.

Desain kelembagaan dan isi siaran difokuskan sesuai dengan peraturan kelembagaan yang berlaku sebagai badan hukum lembaga penyiaran publik dan isi siaran yang fokus pada kepentingan dan pelayanan publik.

BAGIAN III
ISI SIARAN/PROGRAM

BAGIAN III ISI SIARAN

1. Evaluasi Isi Siaran TV Lokal Jatim

Tugas untuk menyelaraskan kepentingan publik dengan kepentingan bisnis ini adalah pekerjaan yang rumit dan menantang. TV lokal dituntut untuk mampu melakukan berbagai kreativits dan inovasi agar dua kepentingan tersebut serasi, seimbang, dan selaras. Muaranya adalah menghadirkan acara yang menghibur, rekreatif, menyenangkan publik sekaligus mencerdaskan, mencerahkan, dan menginspirasi publik. Tugas inilah yang harus dikembangkan tv lokal. Apalagi tantangan untuk mendidik pemirsa juga perkara mudah. Terbukti data AGB Nielsen (2009) untuk tv lokal selama ini pemirsa lokal hanya menyukai acara hiburan dan belum tertarik acara dengan segmen khusus yang mendidik. Melihat pengalaman dan diskusi dengan para pembuat program tv di Indonesia selama ini kerap menjadi paradogs. Banyak acara tv disukai penonton, tetapi kualitasnya rendah. Selama ini hanya beberapa acara bahkan bisa dihitung jari acara tv yang disukai penonton (meraih rating tinggi), dan mengandung unsur edukasi dan kontrol sosial. Kendati ini pekerjaan berat, tetapi misi ini yang harus diusung tv lokal ke depan.

Menakar Program (Isi Siaran) TV lokal

Hasil diskusi saya dengan para pengelola tv swasta di Jawa Timur (2010) terkait dengan acara tv lokal yang paling banyak disukai pemirsa di beberapa tv lokal di Surabaya Raya, Malang Raya, Bojonegoro, Madiun, dan Kediri memperlihatkan bahwa selama ini acara yang paling banyak disukai penonton adalah acara musik, khususnya musik dangdut baik yang diproduksi secara *recorded* maupun *live*. Setelah itu musik tradisional daerah seperti campur sari dan lagu-lagu islami. Pada urutan berikutnya adalah acara kuliner (masakan daerah). Acara ini sedang trend dan banyak digemari masyarakat karena juga menyangkut wisata kuliner dan kunjungan daerah. Selanjutnya acara hiburan rakyat Jawa Timur, khususnya Ludruk dan Wayang Kulit. Baru disusul berita lokal dan komedi. Selain acara tersebut beberapa acara mulai menunjukkan trend meningkat diantaranya talkshow, seremoni daerah, reality show, Drama (sinetron), dan Dakwah. Dari berbagai acara tersebut terlihat unsur hiburan masih dominan, sementara unsur edukasi, informasi, dan kontrol sosial masih minim belum mencapai 30%. Hal ini menjadi tantangan karena ada kecenderungan dari waktu ke waktu watak industri yang mementingkan hiburan ini membuat tv lokal semakin tidak memerhitungkan unsur sosial (edukasi dan kontrol).

Bahkan jika mau di cermati banyak acara tv lokal yang patut mendapat perhatian dan diwaspadai. Acara-acara tersebut antara lain :

- Kuis, banyak kuis yang ditengarai bisa berpotensi mengandung unsur judi, khususnya kuis spasi reg yang muncul dibeberapa tv lokal yang bekerja sama dengan operator seluler tanpa memberi keterangan, informasi yang jelas terkait dengan tarif premium yang di gunakan.
- *Shooping TV,* tv swasta banyak mengisi ruang kosong dengan tayangan tv shop yang menjual berbagai kebutuhan sekunder. Hal ini bisa mendorong budaya konsumerisme dan mengubah lifestyle masyarakat.
- Acara tv swasta lokal juga banyak mengandung unsur kekerasan, mistis, cabul (VHS) dalam tayangan faktual *(news)* dan non faktual (drama *reality show).* Ada juga kecenderungan tv lokal menayangkan drama luar negeri (seperti yang berasal dari Korea, Jepang, India, dan Taiwan) yang memilii potensi mencerabut budaya lokal dan bisa membuat *cultural shock* serta *parasocial relationship.*

Acara-acara tersebut kini sedang digandrungi juga oleh publik lokal. Ke depan pengelola tv lokal harus semakin selektif menayangkan acara-acara tersebut. Orientasi rating harus diimbangi dengan orientasi kualitas. Beberapa progam yang bisa dijadikan rujukan diantaranya : Kick Andi (talkshow), Para

Pencari Tuhan (Sinetron), Pildacil, Qori Kecil, Indonesia's Got Talent (Talent Show), Cerdas Cermat, Are U Smarter Than FifthGreather, Musik (Nada dan Dakwah), Reality Show (Tolong, ojo ngemis Po'o). Beberapa acara import, hasil produksi tv luar negeri yang mengarah kepada kecerdasan, kreativitas, inovasi, sportivitas patut dipertimbangkan untuk ditayangkan di tv lokal seperti program-program tv champion dari TV Jepang.

Makna-makna Baru yang Distorsif

Ada perkembangan yang menarik dalam penyiaran tv lokal. Beberapa tv lokal perkotaan, seperti SBO Surabaya mengusung budaya pop metropolis. Hal ini menjadi fenomena paradogs dalam siaran tv lokal yang mestinya mengusung identitas dan budaya lokal. Acara TV SBO banyak didominasi acara-acara luar negeri. Bahkan, judul acara hampir sebagian besar menggunakan bahasa inggris dan simbol barat. Praktis, kekhasan lokal Surabaya tidak nampak. Tugas tv lokal sebagai pelestari budaya lokal mulai menghadapi tantangan dengan kuatnya budaya pop dalam acara tv lokal

Daerah perkotaan di Jatim pada dasarnya adalah warga dengan multikultur tetapi siaran tv lokal yang menusung budaya metropolis semakin jauh mencerminkan kebergaman budaya masyarakat perkotaan. Sebagian besar acara justru hanya memuat gaya hidup modern, gaya hidup masyarakat kelas menegah ke atas (kelas A-B) yang selalu tampil dalam gaya budaya barat.Tren bahasa siaran lokal memang digemari, tetapi trend ini berubah sejak *life style* muda menjangkiti hampir semua isi acara tv sehingga tv lokal terasa berasa Jakarta dengan segmen kelas menengah ke atas.

Sementara siaran radio juga semakin seragam, tren muda dan gemar siaran asing. Tren siaran radio dengan segmen khusus banyak terjadi di Surabaya seperti radio mandarin. Radio tersebut mulai dari awal hingga akhir menggunakan bahasa mandarin. Bahkan, dalam interaktif dengan pendengar pun radio tersebut melakukan dengan bahasa mandarin. Model siaran ini banyak dikeluhkan karena isi siaran tidak bisa dikontrol karena praktis siaran dilakuklan dalam bahasa asing.

Media juga menjadi sarana bagi kelas tertentu untuk memaksakan *style* gaya hidup pada kelompok masyarakat hingga menimbulkan kesadaran palsu. Konstruksi realitas seolah-olah yang dipaksakan menjadi gaya dan style masyarakat urban kota. Lewat media lokal mereka terus mendesakkan acara-acara yang seolah-olah dibutuhkan tanpa dibarengi dengan upaya kritis publik.

****

Tv lokal harus memiliki visi ke depan yang jelas, sehingga bisa diterjemahkan dalam misi dan program yang terukur mengingat perubahan yang sangat dinamis menyangkut *lifestyle*, teknologi maupun ilmu pengetahuan. TV lokal harus mampu mengantisipasi berbagai perubahan tersebut dengan cepat dan bisa mengambil keuntungan dari perubahan tersebut melalui sisi bisnis, program, dan teknis.

Isi program, bisnis, dan teknologi harus selaras, serasi, seimbang sehingga kehadiran tv lokal dapat dirasakan oleh publik lokal dan selaras dengan fungsi pembangunan masyarakat lokal. Dengan demikian kehadiran tv lokal tidak sekadar merayakan *euforia* politik reformasi an sich, tetapi hadir menjadi kebanggaan dan teman sejati publik lokal sebagaimana bisa diraih oleh Bali TV.

Media tv lokal amat didambakan menjadi media pendidikan di tengah berbagai problem yang dihadapi publik saat ini. TV lokal bisa membantu peran keluarga dalam melakukan transformasi nilai-nilai positif kepada publik. TV sebagai media audio-visual memiliki keunggulan untuk menjalankan peran tersebut. Jika tv lokal bisa memberi pencerahan, ia tidak akan dicaci maki, tetapi menjadi sahabat yang mencerdaskan bagi para keluarga Indonesia di daerah.

2. Industri TV, P3-SPS, dan Pengawasan Isi Siaran

Industri TV swasta sejatinya adalah pihak penyewa spektrum frekuensi milik publik yang jumlahnya terbatas. Pelaku industri TV sebenarnya dalam posisi diberi amanah dan kepercayaan untuk menggunakan medium milik publik tersebut untuk menyelenggarakan penyiaran. Konsekuensinya, industri penyiaran tidak boleh menggunakan izin atas penyelenggaraan penyiaran untuk memroduksi siaran dan menayangkan isi siaran yang bertentangan dengan kepentingan publik yang terefleksi dalam regulasi yang telah ada. Regulasi mengenai penyiaran telah tersedia mulai dari UU Penyiaran hingga peraturan operasional yang dibuat KPI yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Peraturan tersebut digunakan untuk melakukan pengawasan dan sekaligus dipakai sebagai *guide* (pedoman) dalam memroduksi dan menayangkan isi siaran.

Adanya kontrol dan pengawasan terhadap lembaga dan isi siaran pada essensinya bukan dimaksudkan untuk menakut-nakuti dan membatasi kreativitas, inovasi, gerak lembaga penyiaran, tetapi lebih pada kepentingan untuk menjaga ranah publik tersebut agar tidak bertentangan dengan kepentingan publik yang menjadi pemilik ranah tersebut.

Guna menyuguhkan isi siaran yang berkualitas maka tanggungjawab tidak saja berada dipundak lembaga pengawasan, tetapi yang lebih penting adalah peran industri tv sebagai garda pertahanan paling depan yang memroduksi tayangan. Untuk itu, diperlukan sinergi yang berkelanjutan antara industri, regulator, masyarakat, dan lembaga pengawasan. Pada prinsipnya isi siaran tidak boleh semata-mata menuruti iklan, selera pasar, dan demi mengejar rating semata, tetapi harus memenuhi *public's need, public's necessity,* dan *public's importance.*

Media Favorit dan Kuasa TV

Media TV tetap menjadi media yang paling banyak diminati masyarakat dengan penetrasi hampir 90%. Disusul media radio (43%), majalah (24%), koran (16%), *outdoor* (11%) dan internet (9%). Ke depan, media audio visual ini akan semakin kuat perannya seiring dengan keunggulan yang dimiliki karena sifatnya lebih nyata (pandang-dengar). Apalagi konsumen TV juga semakin dimanjakan dengan berbagai program hiburan yang sifatnya gratis.

Seiring dengan pelaksanaan sistem siaran lokal berjaringan dan desentralisasi penyiaran, jumlah TV lokal juga meningkat pesat. Jumlah TV nasional dan TV lokal yang meningkat membuat pilihan tontonan masyarakat semakin banyak dan beragam. *Content* siaran nasional dan lokal tumbuh kembang sangat cepat seiring dengan tumbuhnya rumah produksi baik nasional maupun lokal. Hal ini juga ditunjang oleh perkembangan trend *citizen journalisme*, yang mendorong publik untuk dapat menanyangkan hasil liputan kepada media tv dengan perangkat teknologi rekaman yang sederhana dan mudah dalam peng-operasionan-nya.

Kemampuan audio-visual industri tv dalam beberapa hal juga menjadikan media tv mampu mendramatisasi peristiwa termasuk kemampuan TV dalam memberi efek dramatis agar tayangan semakin laku dan banyak ditonton pemirsa. Tidak mengherankan jika tayangan TV akhirnya menjadi komodifikasi industri dengan tayangan yang serba ekstra (ekstrabaik, ekstrasadis, ekstrakaya, dll) yang sebenarnya jauh dari realitas sesungguhnya di dalam masyarakat. Seperti bumbu sinetron seolah tidak akan ditonton jika tidak dibumbui yang serba "ekstra" (Ekstra Sadis, Ekstra Rasial, Akstra Baik, Ekstra Kaya, Ekstra Mistis, Ekstra cantik, dan ekstra yang lain).

Bahkan kadang-kadang televisi bisa membentuk pola pikir yang aneh. Tayangan Cabul didukung dan dielu-elukan banyak penggemar. Tayangan televisi semakin banyak bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan bohong. Sinetron (dijam tayang utama) yang disukai adalah sinetron Tayangan sinetron, drama reality mulai banyak menjadi pilihan TV pada jam tayang utama *(prime-time). Trend* acara sinetron kejar tayang juga menjadi fenomena menarik dalam isi siaran media tv. Cerita yang seharusnya berakhir terpaksa dipanjang-panjangkankan karena melihat antusiasme dan animo publik. Akhirnya, jalan cerita, dialog terkesan mengada-ada, tidak realistis, *hyperreality*, dan kadang sulit dinalar akal sehat.

Jika industri TV dibiarkan untuk mengembangkan logika dan motif seperti ini, maka akan sangat berbahaya terkait dengan kualitas isi siaran media penyiaran. Apalagi industri TV juga memiliki kemampuan untuk mengkontruksi dan menstansfer nilai-nilai baru dimasyarakat yang kadang kala nilai-

nilai itu asing bagi publik. Jika kemudian yang ada dalam tayangan TV kita saat ini adalah tayangan seputar VHS *(violence, horror, and sex)* pelecehan, porno (cabul), mistis, gosip, dan judi maka sebenarnya nilai-nilai itulah yang telah diwariskan oleh industri tv kepada generasi dan masyarakat kita.

Pengawasan Program Siaran

Melalui P3-SPS yang telah direvisi, industri TV dan KPI memiliki kesempatan untuk kembali melakukan evaluasi, refleksi dan konstruksi atas isi siaran. Kendati masih terdapat kekurangan, revisi ini boleh dibilang maju karena telah mengakomodasi kepentingan industri kreatif penyiaran.

Temuan pelanggaran hampir didapati pada semua TV nasional. Beberapa bentuk pelanggaran tersebut antara lain adegan kekerasan, penggunaan senjata tajam atau penggunaan senjata api untuk melukai orang lain dengan vulgar, menentang orang tua, sikap kurang ajar dan tidak mengenal sopan santu, tidak taat kepada orang tua, guru, mengejek, menghina, memaki menggunakan kata-kata kasar dan merendahkan, perilaku yang mendorong anak untuk percaya pada kekuatan paranormal, klenik, praktik spiritual magis, mistis, kontak dengan roh, berpakaian minim, bergaya dengan menonjolkan bagian tubuh tertentu atau melakukan gerakan yang dapat menibulkan daya tarik seksual, adegan ciuman, menayangkan perilaku pacaran berlebihan, penggunaan alkohol atau rokok, menampilkan perbuatan antisosial (tamak, licik, dan berbohong) tanpa sanksi, kata-kata atau suara yang diasosiasikan dengan daya tarik seksual, memiliki makna jorok, mesum, cabul, dan vulgar.

Dalam penayangan acara kriminal, media TV tidak memperingatkan masyarakat agar waspada, tetapi justru menakut-nakuti dan pamer kegagahan aparat dan sadisme pelaku. Tayangan cenderung menjadi tidak realistis, mengada-ada, *hyper-reality*, dan sulit diterima nalar. Hal ini bisa membawa dampak yang mengkhawatirkan. Jika semakin banyak tayangan yang mengeksplorasi dunia irrasional kita maka negara ini akan semakin sulit berkembang. Menjadikan masyarakat suka berpikir irasional (klenik, mitos).

Sementara sinetron dengan logika komodifikasi-nya banyak yang menampilkan : Sinetron berbau seks, kenakalan yang dikemas dalam tayangan religi (kisah pelacur, istri selingkuh), ada siswa SD yang berani meledek gurunya, siswa banyak yang tidak memakai pakaian seragam yang standar, kekerasan anak (menyiram air keras ke muka temannya, dll), siswa yang mencium pacar didepan kelas (tempat terbuka), dan kawin kontrak, dll

Untuk memberikan sanksi atas pelanggaran isi siaran, KPI dapat menjatuhkan sanksi mulai dari administratif hingga pidana. Sanksi dapat dikenakan mulai dari teguran tertulis, penghentian mata acara yang bermasalah, pembatasan durasi dan waktu siaran, denda administratif, pembekuan kegiatan siaran untuk jangka waktu tertentu, penolakan perpanjangan izin dan pencabutan izin penyelenggaraan siaran. Sementara sanksi pidana penyiaran dapat diancam pidana penjara dan denda.

Sebagai gambaran atas bentuk pelanggaran acara/program TV Temua pelanggaran di TV nasional : (Juni 2009 – Januari 2010)

TV	Acara/	Temuan/Potensi pelanggaran
Global	Iklan video klip lagu yang vulgar	• Vulgar karena memuat adegan tarian sensual dengan gerakan yang dapat menimbulkan hasrat seksual. • Bertentangan dengan norma kesopanan dan kesusilaan serta merendahkan perempuan menjadi objek seks
RCTI	Sinetron Manohara	• Menampilkan kekerasan, baik dengan tangan kosong (memukul, menendang, meninju atau dengan alat/senjata seperti balok kayu, pistol yang ditampilkan secara close-up • Menampilkan adegan sepasang pria-wanita tidur mengindikasikan mereka habis berhubungan badan • Melanggar jam tayang (ditayangkan pada jam tayang dimana anak-anak dan

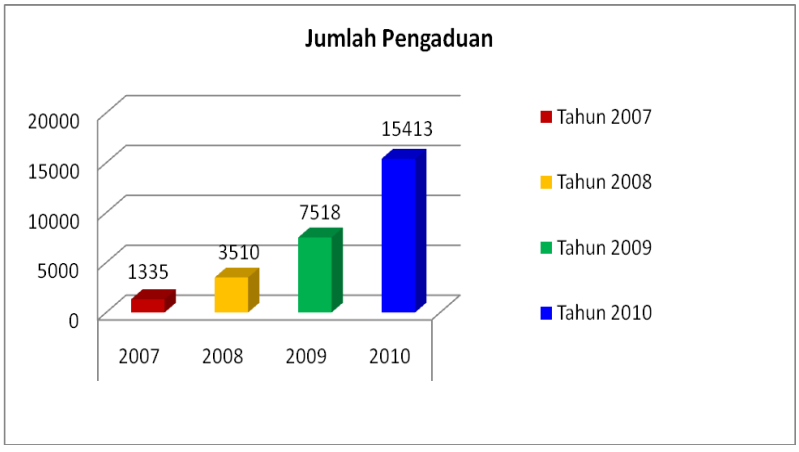
		remaja masih menonton)
SCTV	Gala Cinema ”Cinta Bukan Mainan”	• Menampilkan adegan sepasang laki-laki dan perempuan berciuman bibir • Menampilkan adegan seorang laki-laki mengambilkan handphone di saku celana perempuan yang berbaju sangat minim • Tidak tepat dimasukkan untuk klasifikasi R
TPI	Program dag Dig Dug Nunggu Bedug	• Menampilkan adegan tidak etis yang bermakna jorok/mesum. Pembawa acara mengajukan teka-teki ”Dilhat kotak, dipegang bulat, apakah itu Jawabanya adalah ”Cewek pakai seragam dengan badge OSIS • Teka teki ini juga disambung dengan teka teki yang lain ”Adanya dalam celanan, Depannya M, belakangnya K, apakah itu?”
Global TV	Program TVV Imsonia Ngajak Sahur	• Menampilkan percakapan berbau seks • Menampilakn adegan kekerasan dan pelecahan terhadap elompok tertentu (banci dikerjai dengan berbagai cara) • Banyak menampilkan kata-kata kasar dan makin seperti : bego, dodol, lemot, monyet, babi, monyong • Tidak menampilkan klasifikasi acara
Trans TV	Bioskop Trans TV Judul ”300”	• Menampilkan kekerasan fisik yang sangat sensitif, terutama adegan peperangan yang sebagian besar berakhir dengan kematian • Menampilkan penggunaan senjata untuk melakukan kekerasan secara close up lengkap dengan semburan darah • Penuh muatan sadis dan di luar perikemanusiaan, seperti memperlihatkan adegan anak yang dianiaya, kepala dipenggal dengan kapak, dada ditusuk hingga tembus oleh tombak, mata ditusuk tombak • Menampilkan klasifikasi R-BO (tidak layak)
Indosiar	Sinetron ”dibalik Jilbab Zaskia”	• Menonjolkan adegan kekerasan sepanjang siaran. Adegan sadis dan mengerikan. Adegan dimaksud antara lain : melempar pisau sehingga menusuk kepala dna mengeluarkan darah, mengarahkan pistol ke kepala secara vulgar, ancaman mencekik leher bayi, merendam, dan menyetrum orang didalam kamar mandi secara vulgar. • Tidak melindungi kepentingan khalayak khusus, yakni anak-anak dan remaja
RCTI	Sinetron ”Doa dan Karunia”	• Menampilkan adegan orang meminum minuman keras hingga mabuk, dengan botol minuman keras yang ditampilkan dengan jelas • Menampilkan adegan kekerasan yang dilakukan dengan senjata. Pengambilan gambar dalam adegan ini dilakukan secara

		close-up • Kekerasan dalam beberapa episode antara lain : tamparan, menonjok kepala, memukul, dan menendang • Kekerasan verbal berupa umpatan-umpatan • Klasifikasi R-BO tidak tepat
RCTI	Sinetron ”Safa dan Marwah”	• Menampilkan adegan kekerasan yang dilakukan dengan senjata (pisau dan golok) • Menampilkan sejumlah kekerasan fisik, antara lain : menbekap mulut, meninju, mendorong, mengikat, membanting, menampar, menjewer • Menampilkan kekerasan verbal, seperti umpatan ”anak bego” dan ”anak brengsek” • Tidak memberi perlindungan terhadap khalayak khusus yakni anak-anak
Indosiar	Sinetron ”Tangisan Isabella”	• Menampilkan adegan kekerasan fisik berupa: mengancam dengan senjata, mencekik, mendorong, menampar, menarik kerah baju, meninju, mengikat, menendang, membenamkan dalam air, menjambak, memukul dengan kayu, • Kekerasan dalam bentuk KDRT (kekerasan suami terhadap istri) • Menampilkan adegan kekerasan yang dilakukan terhadap orang yang sedang shalat (menampar, menarik mukena, menjambak) • Kekerasan verbal berupa makin ”Perempuan sial”, ”Perempuan Busuk” • Klasifikasi R-BO tidak tepat
SCTV	•Iklan Sukoka versi Bartender •Iklan Suteka versi Flying Fox •Mink Choka versi bioskop	• Sangat Vulgar karena memuat adegan erotis dengan menonjolkan payudara sebagai salah satu objek materi iklan • Belum mendapat tanda lulus sensor dari LSF
Indosiar	Sinetron ”Hareem”	• Melanggar jam tayang • Menampilakn adegan kekerasan
ANTV	Program : 4 M, Makin Malam Makin mantap	• Mengarah kepada pembicaraan mesum dan menampilkan bintang tamu yang berpakaian minim dan mempertontonkan bagian tubuh yang tidak pantas.
SCTV	Cinta Fitri	• Kekerasan fisik dan verbal serta penyiksaan terhadap wanita hamil • Pelanggaran jam tayang (kategori dewasa)
SCTV	Lemon Tea ”Asam Manis”	• Membahas hubungan pacaran yang melangkah lebih jauh sampai dengan terjadinya hubungan seks pranikah dan • Sepanjang program terjadi sejumlah tindakan kekerasan dan mengakibatkan kehamilan • Pelanggaran jam tayang
Indosiar	FTV Legenda	• Menampilkan kekerasan fisik dan verbal seperti menampar, memukul,

		menjambak, menendang, menikam, dan menginjak-injak dan menggunakan senjata serta memuat kata-kata kasar dan makian. • Kekerasan terhadap anak
TV One	Program Telusur	• Secara rinci menayangkan cara merakit petasan serta bahan-bahan yang diperlukan
Indosiar	Sakinah Kasih dan asmara Mualaf	• Banyak menampilkan kekerasan fisik dan verbal seperti menampar, mencekik, mendorong, menendang, menusuk perut dan pisau dan memuat kata-kata kasar dan makian • Banyak menampilkan kekersan fisik dan verbal seperti menampar, memukul dengan menggunakan kayu, menceburkan orang ke dalam air, menggigit, dan mendorong hingga membentur tembaok serta memuat kata-kata kasar dan makian • Banyak menampilkan kekersan fisik dan verbal seperti menampar, menyetrika, mengikat pada knalpot, menjatuhkan orang dari kursi roda, menembak, serta memuat kata-kata kasar dan makian • Melanggar jam tayang (katogori dewasa)
Trans TV	Termehek-mehek	• Memuat kekerasan • Melanggar jam tayang
Semua TV	Pemberitaan korban gempa Sumatera Barat	• Terlalu vulgar dan menimbulkan rasa ngeri • Menayangkan korban, mayat yang tidak pantas serta memaksa korban yang menolak diambil gambarnya dan diwawancara
Semua TV	Siaran live dan/atau siaran ulang pembacaan dakwaan jaksa	• Mendiskripsikan secara vulgar tentang perbuatan mesum terdakwa Antasari Azhar •

Pengaduan ke KPI 2007-2010

2007	2008	2009	2010
1335	3510	7518	15413



Jumlah pengaduan berdasarkan program acara hingga Juli 2010

Rekapitulasi Teguran KPI

Jenis Surat	Th. 2008	Th. 2009	Th.2010	Jumlah
Teguran	37	69	41	147
Himbauan	12	49	14	75
Penghentian	2	5	2	9
Klarifikasi	6	11	2	19
Peringatan	5		1	6
Pembatasan Durasi		1	1	2
Jumlah	62	135	61	248

	Program Acara											Jumlah
	Sinetron	Reality Show	Variety Show	Talkshow	Komedi	Berita	Musik	Infotainment	Iklan	Kuis/Games	Program Anak	Lainnya	
Jumlah Teguran	8	7	7	3	3	5	2	15	7	1	1	2	61

Sumber: Hidayat Dadang (2010)

Industri TV dan Tanggung Jawab Sosial

Aliran penyiaran sebagaimana yang dianut dalam undang-undang penyiaran 32/2002 adalah tanggungjawab sosial, yang sebenarnya merupakan jalan tengah antara aliran libertarian dan otoritarian. Dalam aliran itu, maka industri TV harut turut bertanggungjawab untuk bisa menimbang-nimbang asas manfaat bagi publik. Media tv selain mengemban amanah untuk menghibur juga memiliki tanggungjawab moral untuk melakukan edukasi dan kontrol sosial.

Industri memiliki tanggungjawab dalam menciptakan agenda *setting* yang konstruktif bagi kepentingan publik. Sebab bagaimanapun, acara televisi bisa menjadi refleksi bagi budaya masyarakat. Apa yang kita tonton di televisi sebenarnya adalah gambaran apa yang tengah terjadi di masyarakat. Jika yang menduduki rating tinggi adalah tayangan yang bermuatan kekerasan, gosip, dan mistik maka hal itu bisa menjadi gambaran masyarakat kita yang memang menyukai keburukan orang lain, hal hal yang berbau mistis, dan suka melakukan kekerasan.

Harus diakui bahwa media televisi memiliki kontribusi besar membentuk pola pikir masyarakat, apalagi masyarakat belum memiliki tradisi membaca dan menulis sehingga media TV akhirnya menjadi teman setia pengisi waktu luang. Ke depan, mengingat peran yang sangat penting, industri tv perlu untuk mengembangkan mekanisme pengawasan melalui sensor internal dan tanggungjawab agar tayangan yang diproduksi dapat dipertanggungjawabkan tidak hanya secara yuridis formal, tetapi juga secara moral dan agama melalui *guide* P3-SPS.

3. Maraknya Radio Siaran *Low Taste*

Alih-alih demi demokratisasi penyiaran dan hendak menambah jumlah media radio yang akan mendorong adanya *diversity of content,* siaran sehat, dan berkualitas, justru saat ini muncul *trend* siaran asal *ngikut* dan selera rendah *(low taste*).

Hasil pemantauan di lapangan dalam setahun terakhir (2009, pen), hingga saat ini diperkirakan lebih dari 500 radio yang memancar di Jawa Timur. Sementara data resmi di KPID Jatim hanya tercatat 362 radio baik yang baru maupun *eksisting*. Dari data tersebut yang sedang dalam proses pengurusan izin sebanyak 268 radio dan lebih dari 200 bersiaran ilegal dan tidak melakukan proses perizinan sama sekali. Sementara dari jumlah radio yang legal dan sedang proses tersebut yang dapat dikategorikan sehat secara bisnis tidak lebih 45%. Selebihnya adalah radio dengan manajemen serba pas dan cenderung asal-asalan termasuk radio siaran coba coba, asal bunyi ala kadarnya.

Masalah ini jelas merisaukan dan jarang mendapat perhatian dari pemerhati media padahal jumlah radio di Jawa Timur meningkat pesat hampir 300% pasca reformasi dan terbitnya UU Penyiaran 32/2002. Radio tersebut tersebar mulai dari perkotaan hingga di pelosok desa di Jawa Timur. Celaknya, sebagian besar radio tersebut justru memiliki pengemar yang fanatik dan aktif terlibat dalam siaran.

Siaran Selera Rendah *(Low Taste)*

Hasil observasi yang dilakukan penulis selama melakukan verifikasi faktual dan pengawasan isi siaran di daerah didapati kecenderungan bahwa secara kuatitas jumlah radio meningkat pesat, tetapi *trend* itu belum diikuti dengan kualitas isi siaran. Akibatnya, semakin marak radio coba-coba, asal siaran dan tidak ada upaya serius meningkatkan kualitas siaran apalagi mengemban amanah sebagai radio edukasi dan kontrol sosial.

Radio, khususnya radio swasta dan komunitas di Jatim saat ini seolah hanya memiliki dua pilihan yakni siaran yang tidak melanggar dan ditinggalkan pendengar atau bertahan, tetapi dengan siaran *low taste*. Sebagian besar akhirnya jatuh pada pilihan ke dua. Mereka bersiaran ala kadarnya, tidak mampu membangun *agenda setting* pencerahan dan pencerdasan, kerap menyerempet hal tabu, seronok, dan cabul yang dapat dikategorikan melanggar norma sosial, agama, dan hukum penyiaran.

Jika hendak disederhanakan, pelanggaran isi siaran radio di Jatim dalam catatan penulis yang paling menonjol adalah pertama, perilaku penyiar dan siaran dengan *joke-joke* mesum dalam siaran kata. Penyiar bersiaran dengan kata, nada yang menggoda secara seksual, berkata seronok dan cabul. Kedua, *trend* penyiar bencong (waria, pen) untuk siaran musik dangdut dengan *joke-joke* mesum. Di beberapa daerah, penyiar bencong dianggap mampu menjadi magnet bagi acara dangdut tersebut. Fenomena ini menjadi *trend* seolah belum pas siaran dangdut tanpa penyiar bencong. Ada kemafhuman jika siaran seronok tersebut disampaikan penyiar bencong. Ketiga, memutar iklan obat kuat secara vulgar, keempat siaran iklan pengobatan alternatif terkait dengan vitalitas alat seksual, dan kelima siaran paranormal serta ramalan nasib.

Kondisi ini memang kompleks dan sulit diurai benang merahnya. Namun, menurut pengamatan penulis bisa jadi hal ini akibat persaingan ketat, tidak sehat dan upaya akhir akibat kalah dalam merebutkan iklan komersial. Banyak radio komersial di daerah menerima iklan hanya dengan biaya 10-ribuan. Tekanan itu juga ditambah dengan semakin berkembangnya media TV dan internet di daerah. Radio banyak yang tumbuh dengan kembang kempis tidak mampu menutup biaya operasionalnya. Akibatnya, radio tidak memiliki *agenda setting* yang jelas dalam mengkontruksi isi siaran dan lebih banyak menuruti selera dan tuntutan pemasang iklan. Sementara faktanya iklan lokal masih banyak didominasi seputar obat penguat dan ramalan nasib.

Selain iklan, di setiap daerah biasanya kanal resmi (kanal primer) sesuai master plan rata-rata tidak lebih dari 8 kanal. Namun, faktanya masyarakat bisa mendengarkan 15 hingga 20 siaran radio. Akibatnya, jumlah pendengar dan radio menjadi tidak sebanding dengan peluang bisnis yang ada. Artinya, terjadi *over-capacity* jumlah radio dan peluang usaha yang sehat di suatu daerah. Misalnya di satu kabupaten menurut perhitungan bisnis, radio akan sehat jika jumlahnya tidak lebih dari 6, tetapi nyatanya ada 15 hingga 20 radio. Hal ini jelas tidak akan dapat mendorong kompetisi dan bisnis penyiaran yang sehat.

Nah, penulis menduga bisa jadi jumlah radio dan peluang usaha yang tidak sebanding inilah yang membuat siaran *low taste* marak. Akhirnya, dengan *bypass*, cara cepat untuk mendapat kue iklan adalah dengan menonjolkan unsur daya tarik seksual melalui suara, musik, dan *joke* mesum.

Salah siapa?

Bisa jadi jika semua pihak mau kontemplasi, semua pihak turut berkontribusi dan harus turut bertanggungjawab atas maraknya siaran *low taste*, seronok di masyarakat mengingat isi siaran sejatinya juga cermin atas apa yang ada di masyarakat.

Pertama, jelas *performance* internal manajemen radio yang tidak profesional yang kemudian mendorong kepentingan sesaat dengan tujuan mendapatkan pendengar, kendati harus melanggar norma siaran sehat sebagaimana tertuang dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS). Jujur, sebagian besar pengelola radio juga belum pernah membaca dan mengetahui P3-SPS secara rinci apalagi kemudian melakukan sosialisasi internal dan melakukan sensor internal. Selama ini mereka sadar bahwa siaran seperti itu dilarang, tetapi mereka tidak kuasa menghindar dan mengatakan bahwa hal itu yang disukai pendengar.

Kedua, budaya permisif dan pergeseran selera masyarakat. Selera masyarakat yang tidak lagi mengangap masalah atas *joke-joke* mesum penyiar, siaran mengoda, dan berkata cabul. Sesuatu yg dahulu dapat dikategorikan tak pantas, aib kini dianggap tidak lagi aib dan bermasalah. Publik seolah *no problem*, biasa biasa saja dan tidak risih atas *joke-joke* mesum itu.

Ketiga, harus diakui dengan jujur bahwa Pemerintah dan KPI/D hingga saat ini masih belum mampu menegakkan norma hukum penyiaran. Akibatnya, siaran ilegal marak. Alih-alih hendak melakukan tugas

edukasi dan kontrol sosial, justru isi siaran semakin menyesatkan dan akhirnya publik disuguhi hiburan dengan selera rendah.

Saat ini sudah terbit hasil revisi Pedoman Perilaku Penyiaran Standar Program Siaran (P3-SPS) sebagai panduan untuk penyiaran berkualitas. Mari kita manfaatkan momentum ini untuk kembali mengawasi siaran radio di Jawa Timur agar menyuguhkan siaran berkualitas, sehat, dan tidak melanggar norma hukum penyiaran. Kita patut mendorong radio sebagai media penyiaran rakyat yang tidak hanya menjadi media penghibur, tetapi juga menjadi media pendidik, pencerahan, pencerdasan, peningkatkan daya kritis dan kontrol sosial. Mari kita cegah dan hadang agar radio rakyat di Jatim tidak terjebak kepada kepentingan sesaat dan menyuguhkan siaran asal-asalan dengan selera rendah. (Surya, 3 Februari 2010)

4. Independensi dan Politisasi Media TV

Menarik melihat media sebagai ajang kontestasi para politisi baik di TV nasional maupun TV lokal. Peran media TV dalam perebutan pengaruh dan kekuasaan semakin menarik dicermati seiring dengan meningkatnya suhu kontestasi politik antarelit. Relasi kepemilikan media tv dan politisi di tingkat elit bisa membawa media terjerumus dalam posisi yang asimetris. Media TV rentan dipolitisasi termasuk dijadikan sebagai alat hegemoni dan reproduksi citra terus-menerus oleh para politisi. Dalam posisi ini, media TV menjadi gampang memihak dan sulit menjalankan mandat jurnalisme, khususnya bertindak netral dan independen.

Pemusatan kepemilikan media TV oleh aktor politik kerapkali juga menjadikan media gamang dan tidak bisa memisahkan peran dan dedikasinya secara tegas, khususnya kepada pemilik atau publik. Tidak ada garis demarkasi yang jelas bahwa media harus propublik atau menjadi kepanjangan kepentingan politisi tertentu. Semua menjadi abu-abu dan atas nama kepentingan modal, kesetiaan pertama media selalu jatuh pada pemilik. Media TV menjadi lemah dalam menakar kerja jurnalistik, tetapi selalu elok dan menggoda untuk digunakan meraih kekuasaan, menggalang dukungan, dan simpati massa publik.

Fenomena relasi pemilik TV, politisi, dan organisasi kemasyarakatan (ormas) akhir-akhir ini menarik dicermati untuk menakar kembali independensi media dalam menjalankan mandat jurnalistiknya. Sekaligus, diskusi ini penting untuk menakar kembali kuasa para politisi dalam kepemilikan media tv nasional.

Pada dasarnya tidak ada yang salah dalam relasi ketiganya, asalkan masing-masing pihak dapat bertindak proporsional dan media mampu menjalankan kerja jurnalistiknya secara imparsial. Namun, relasi media dan politisi ini kerapkali menjadi problematik dalam mewujudkan demokratisasi penyiaran.

Dalam kaitan ini ada beberapa hal yang patut dicermati.

Pertama, TV *free to air* adalah media penyiaran yang menggunakan aset/domain milik publik yang jumlahnya terbatas (kanal frekuensi, pen). Pada dasarnya, ia berstatus pinjam pakai untuk menyelenggarakan penyiaran. Sebagaimana tersebut dalam UU 32/2002 tentang penyiaran, pemanfaatan aset ini harus digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Peminjaman kanal frekuensi ini tidak bersifat permanen dan sewaktu-waktu bisa dievaluasi melalui mekanisme perizinan penyelenggaraan penyiaran.

Kedua, pemilik media pada dasarnya adalah pihak penyewa yang diberi amanah oleh negara sehingga ia tidak memiliki hak absolut untuk menentukan kesetiaan media. Kontrol utama media yang menggunakan domain publik terbatas ini tetap ada pada publik.

Ketiga, aset berharga itu sejatinya adalah ruang publik yang harus terus dijaga dan dipelihara, agar selalu linier dengan kepentingan publik. Ruang itu harus steril dari intervensi individu, kelompok yang bisa mendistorsi dan memihak pada kepentingan kelompok tertentu.

Atas tiga prinsip dasar itu, media penyiaran, khususnya tv yang menggunakan kanal milik publik harus *istiqomah* menakar kesetiaannya pada kepentingan publik. Ia tidak boleh disalahgunakan, dibuat arena bermain-main untuk sekadar menuruti kehendak pemilik *an sich*. Media harus memiliki komitmen untuk menjaga independensinya agar tetap mampu membangun ruang publik yang sehat.

Intervensi pemilik modal memang menjadi salah satu problem dan tantangan terbesar dalam membangun media yang demokratis di negara berkembang seperti Indonesia. Sejak awal McQuail (2002) menganalisis bahwa *content of media always reflect the interest of those who finance them.* Faktanya, hegemoni dan politisasi itu kerap menjadikan media gamang dalam menjalankan mandat jurnalistiknya, lebih-lebih jika pemilik media memiliki libido politik dan kekuasaan yang terlalu besar. Dalam situasi ini tidak jarang media akhirnya 'dipaksa' untuk turut mencipta agenda terselubung dan mengontruksi kehendak pemilik dalam bingkai kerja jurnalisme.

Dalam kadar terukur, mungkin publik bisa memahami keterlibatan media untuk turut sesekali mengalang dukungan publik bagi kepentingan kelompok tertentu. Namun, jika agenda itu dilakukan terstruktur, terus-menerus, dan kemudian mendistorsi ruang publik serta takarannya melebihi batas kewajaran untuk sekadar memuaskan ambisi pribadi pemilik, maka jangan disalahkan jika media tersebut dicap partisan.

Imparsialitas Siaran

Media tv yang menggunakan kanal milik publik sejatinya terikat kontrak abadi dengan publik. Dalam aliran pers tanggungjawab sosial, media pada dasarnya adalah milik publik yang pengelolaannya dipercayakan kepada pemilik modal. Mengingat media tv menggunakan kanal milik publik maka isi siaran harus mencerminkan kepentingan publik. Apalagi dalam konteks masyarakat yang plural, isi siaran harus netral dan selalu mengedepankan kepentingan publik yang lebih luas.

Media tv harus mampu bertindak imparsial yang bisa menjamin keberagaman informasi dan merefleksikan kemajemukan realitas sosial termasuk perlakuan media terhadap ormas di masyarakat. Media harus terus dijaga dan dipelihara agar tidak terjerembab pada dukung-mendukung sehingga bisa menyeret media menjadi memihak, mudah terlibat dalam friksi dan konflik kepentingan.

Tidak sekadar netral, media juga harus berimbang yakni *equal or proportional time, space, empahasis, as between opposing interpretation, point of views, or versions of event* (Mc. Quail, 2002).

Dalam konteks ini jika ada TV nasional yang terus menerus menyiarkan aktivitas ormas tertentu, memutar iklan, mars, hymne, acara deklarasi, talkshow, dan kiprah tokoh-tokoh ormas yang bersangkutan maka wajar jika publik telah menganggap tv tersebut sebagai *official TV* politisi dan ormas tertentu. Hal ini jelas selingkuh yang kentara antara media, pemilik (politisi), dan organisasi yang sedang dikembangkan. Sekaligus hal ini berpotensi mencederai ruang publik dan tiga prinsip dasar penyiaran. Apalagi stasiun TV yang lain juga tidak menyiarkan hal tersebut dalam bobot yang sama.

Media harus tetap diingatkan untuk kembali ke *khittah*-nya. Jika media terus terjebak menuruti hasrat politik dan kekuasaan pemilik maka media akan sulit menghadirkan ruang publik yang benar-benar steril dan itu berarti cita-cita pembangunan penyiaran yang demokratis semakin jauh dari harapan.

5. Media Radio Siaran Sebagai Ruang Publik untuk Menunjang Kualitas Pelayanan Publik

Sejak reformasi 1998, muncul fenomena menarik yang terjadi di Kota Surabaya terkait dengan pelayanan publik. Masyarakat lebih senang mengadu dan mengeluhkan berbagai layanan publik dengan melapor ke Radio Suara Surabaya (SS) terlebih dahulu ketimbang ke lembaga penyedia layanan publik yang bersangkutan. Tak mengherankan, jika warga kota kehilangan kendaraan, mereka akan melapor terlebih dahulu ke radio SS ketimbang ke polisi. Demikian juga untuk pengaduan masalah transportasi, pendidikan, kesehatan, perumahan, dan berbagai masalah perkotaan yang lain. Menurut catatan divisi Riset Radio SS (2009) hal itu karena masyarakat langsung mendapat tanggapan secara cepa,tepat, dan prosedur yang dilalui secara mudah dan tidak berbelit-belit.

Tren mengadu ke radio sesungguhnya positif bagi perkembangan demokrasi menuju civil society. Radio dapat menjadi mediator yang idea yang memungkinkan warga berada dalam posisi yang setara untuk menegoisasi berbagai kepentingan mereka dengan berbagai pihak, khususnya pemerintah. Melalui

radio, warga kota dapat secara lagnsung menyampaikan keluhan, pendapat, harapan, dan solusi bersama atas berbagai layanan publik seperti soal transportasi, listrik, air, pendidikan, lingkungan, kesehatan, termasuk masalah kriminalitas. Melalui siaran interaktif, masyarakat kota dapat mengadu secara cepat, tepat, termasuk mendapat solusi kongkrit terhadap berbagai masalah yang mereka hadapi secara cepat, murah, dan efektif.

Hingga kini, di sadari kondisi pelayanan publik di berbagai negara berkembang masih menunjukkan trend tertutup. Keterbukaan informasi yang memungkinkan publik terlibat secara aktif masih jauh dari harapan sehingga pelayanan menjadi searah dan menjadi monopoli para penyedia layanan saja. Masyarakat tidak memiliki cukup informasi dan keberanian dalam menyampaikan aspirasi, aduan terhadap pelayanan publik yang menyangkut kehidupan mereka. Posisi penyedia layanan masih terlalu sulit dijangkau dan menjadi hegemonik.

Kondisi masyarakat negara berkembang juga tidak lepas dari berbagai problem sosial seperti kemiskinan, pengangguran, kebodohan hingga membuat posisi warga lemah. Penyedia layanan yang semestinya memberi layanan tak pelak sering berbalik menjadi lembaga yang harus dilayani. Hal ini juga ditunjang dengan iklim demokrasi yang masih tertutup, khususnya dalam komunikasi yang menyangkut kebebasan warga dalam berekspresi dan memberi apresiasi belum tercipta karena selalu berada dalam posisi yang asimetris dengan penyedia layanan publik.

Media radio memiliki peluang untuk mendorong relasi yang setara antara penyedia layanan dan masyarakat melalui interaksi *on air*. Radio juga dapat menjadi media yang mempertemukan berbagai pandangan, aspirasi, kepentingan, dan untuk memeroleh solusi bersama terkait dengan layanan publik. Hal ini sangat memungkinkan mengingat radio sebagai media yang memiliki ciri: cepat, mudah, dan murah. Media radio juga memiliki keunggulan seperti kuat dan luasnya daya tembus, daya tarik, dan langsung sehingga lebih aktual, akrab, imaginatif, dan *mobile.*

Namun, tidak semua radio siaran dapat memainkan peran ideal seperti ini. Banyak program radio yang tidak bermutu, memiliki selera rendah, duplikasi, berwawasan rendah, dan hanya berdimensi jangka pendek serta tidak mampu melakukan edukasi dan membangkitkan krititisme publik. Radio masih banyak yang sekadar berorientasi hiburan dan belum mampu memainkan peran sebagai media edukasi, dan kontrol sosial.

Kondisi ini juga diperparah dengan masih banyaknnya radio yang beroperasi secara ilegal, yang cenderung menjadi ajang hobi, menganggu siaran radio lain, dan hanya sekadar menjadi media hiburan tak bermutu. Selama ini banyak program-program interaktif yang dikembangkan, tetapi terjebak hanya pada request lagu dan salam-salam romantik melalui udara.

Radio Sebagai Alun-alun *(publicsphere)*

Public spher menurut Ashadi yang mengutip Habermas (1962) pada dasarnya suatu adalah kondisi/situasi bertemu dan berinteraksinya publik dengan negara, yang berlangsung dalam ruang fisik (*public space*) dan ruang non fisik/sistem kepublikan (*public system*). Ruang ini terbangun atas orang perorang yang secara bersama disebut publik yang mengartikulasikan kepentingan/ kebutuhan masyarakat bersama melalui negara.

Secara ideal, ruang publik diharapkan dapat menjadi zona bebas dan netral yang didalamnya berlangsung dinamika kehidupan warga secara personal/individu, yang bersih/terbebas dari kekuasaan negara, pasar dan kolektivisme (komunalisme). Dengan kata lain, idealisasi kehidupan publik adalah pada kehidupan warga masyarakat, dalam proses interaksi personal atas dasar kultural yang terjadi di masyarakat. Ciri dari interaksi semacam ini adalah keswadayaan warga yang memiliki otonomi dan independensi. Interaksi sosial ditandai dengan posisi personal dalam tawar menawar (negosiasi)dalam proses diskusi publik (*public discussion*) atas dasar rasionalitas dan kecerdasan, bukan atas dasar kekerasan dalam dominasi dan hegemoni (kekuatan fisik maupun psikologis).

Media radio dapat menjadi ruang publik yang sehat untuk memediasi kepentingan warga (publik) dan negara. Radio sebagai perpanjangan/ekstensi dari ruang publik yang bisa menjamin idealisasi public

sphere dari proses tarik menarik kuasa yang sekaligus menjadi media pembelajaran bersama menuju daulat publik.Hal ini patut ditekankan mengingat posisi publik selalu berada dalam posisi asimetris dengan negara. Media radio bisa memainkan peran agar posisi tersebut bisa equal.

Jika kondisi ini bisa didorong melalui dialog yang cerdas dan egaliter melalui radio maka kondisi pelayanan publik akan bisa berkembang dari waktu ke waktu. Penyelenggaraan pelayanan publik dapat didorong ke arah yang lebih baik dengan prinsip transparansi, partisipastif, dan akuntabilitas publik.

Menciptakan ruang ini melalui program siaran radio kerapkali tidak semudah yang dibayangkan. Ruang itu senantiasi diperebutkan oleh berbagai kepentingan dan kekuasaan serta tidak bebas dan steril dari kepentingan kekuasaan. Dominasi menjadi hal yang patut dicermati karena produksi makna termasuk kegiatan komunikasi bisa jadi tidak objektif karena relasi tersebut. Media radio harus independen dan kuat baik secara bisnis maupun kelembagaan. Diyakini jika radio memiliki indepensi maka radio dapat memainkan peran yang netral dan tidak memihak. Program siaran bisa dijamin bebas kepentingan memiliki bobot dan nilai penting bagi bagi kepentingan publik (*public interest*).

Dalam konteks ini radio sebagai media siaran dapat memediasi secara proesional terkait dengan realitas penyelenggaraan Pelayanan Publik. Radio dapat menjadi stimuli bagi 1) proses pembuatan kebijakan publik (yang meliputi partisipatif-tidak; transparan-tertutup; berorientasi ke publik atau ke kepentingan lain), 2) pelaksanaan kebijakan publik (berjalan atau tidak, transparan atau tidak,akuntabel atau tidak) 3) Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan publik (berjalan atau tidak). Semua pihak harus disadarkan bahwa pelayanan publik pada dasarnya adalah kewajiban hakiki badan publik. Ruang publik yang dibangun secara cerdas, setara, dan tidak melupakan kearifan lokal seperti sopan santun dan keadaban publik. Melalui siaran interaktif, data-data aduan bisa diberikan secara lagnsung, sesuai kondisi faktual, asli muncul dari masyarakat yang bisa didengarkan dan diperoleh yang disampaikan langsung oleh masyarakat.

Best Practice Radio SS

Radio Suara Surabaya (SS) merupakan salah satu radio swasta yang berkonsep sebagai radio informasi dan memiliki *brand news-interaktif-dan solutif*. Radio Suara Surabaya (SS) dikenal sebagai salah satu radio dengan jumlah pendengar terbesar di Surabaya dan harga iklan adlips paling mahal di antara radio swasta yang lain. Menurut Arifin (2010) radio SS merupakan pioner radio news yang berfokus pada produksi informasi dengan model interaktif yang bermakna pola komunikasi multiarah dan berorientasi pada dampak siaran yang bermanfaat atau solutif bagi warga kota.

Radio ini dikenal sebagai salah satu media pelopor radio jurnalisme warga *(citizen journalism)* di Surabaya. Arifin (2010) mencatat hingga tahun 2009 jumlah pendengar SS yang secara sukarela menjadi reporter dan informan mencapai 330.000 orang. Melalui program siaran interaktif, SS mampu menjadi penggerakan partisipasi publik, sumber solusi permasalahan publik dan juga menjadi inspirasi berbagai jenis kebijakan perkotaan. Radio SS sebagaimana penjelasan Errol Jonathan (2009) divisikan sebagai jujukan laksana alun-alun publik, tempat masyarakat kota mengkomunikasikan berbagai masalah yang sedang dihadapi saat ini. Di samping itu SS juga menggelar berbagai kegiatan *off air* sebagai tindak lanjut kegiatan on air sebagai bentuk tanggungjawab sosial untuk turut mengkonstruksi budaya masyarakat dan memenuhi kebutuhan warga kota, khususnya menyangkut kepentingan publik.

Program siaran SS tidak hanya menjadi sekadar mengetahui, tetapi juga bisa melakukan interaktif. Pendengan tidak sekadar menjadi tahu, tetapi juga bisa mengemukakan aspirasi dan solusi untuk kebaikan bersama warga kota. Masyarakat diharapkan berani mengadu dan mengemukakan pendapat tanpa adanya tekanan, tetapi tetap dalam koridor bertanggungjawab, solutif, dan menghargai perbedaan dan penuh toleransi.

Hingga kini terbukti, berbagai lembaga yang memberi layanan publik memberi akses yang luas kepada radio SS untuk bekerja sama dan melakukan perbaikan bidang layanan publik dengan melibatkan para pendengar (warga).

Layanan Publik & Program Interaktif

Radio dapat mengembangkan berbagai model siaran. Selama ini model siaran hiburan dilakukan searah tanpa melibatkan pendengar secara aktif. Pendengar hanya bisa menerima dan tidak bisa memberi respons atas siaran yang dilakukan. Melalui program interaktif, kini siaran radio dapat dikembangkan dua arah dan lebih. Program news interaktif memungkinkan masyaraat meminta informasi dan sekaligus memberi respons atas berbagai isu, berita dan memberi solusi atas masalah mutakhir. Bberbagai perspektif yang muncul bisa diperoleh dan berbagai kepentingan dapat dipertemukan. Akhirnya, radio dapat menjadi ruang mediasi bagi permasalahan bersama. Permasalah tersebut dapat didiskusikan, dimintakan tanggapan, dan juga mencari solusi bersama. Pendengar dapat berbagi informasi dan saling membantu sekaligus menunjukkan eksistensi mereka sebagai warga selaku pemilik kedaulatan publik.

Terdapat berbagai tantangan dan resiko yang harus dihadapi pengelola radio untuk menjadi ruang aspirasi warga. Tantangan tersebut muncul mulai dari hal yang remeh hingga serius. Paling tidak rentan akan gangguan dan reduksi atas kualitas dari masalah yang diinteraktifkan. Agar program interaktif tidak menjadi ajang fitnah dan saling mencaci (olok-olok) maka peran programer siaran, termasuk didalamnya para penyiar dan *gatekeeper* menjadi penting. Guna menjamin agar proses dialog interaktif menjadi beradab maka diciptakan manajemen radio harus menyiapkan filter berlapis dengan dukungan teknologi informasi dan melalui gatekeeper hingga penyiar sebagai benteng pertahanan terakhir. Paling tidak sebagaimana pengalaman radio SS harus ada nilai-nilai yang menjadi pegangan bersama bahwa proses komunikasi dan dialog yang terjadi bertumpu pada prinsip pemberdayaan, kecerdasan, dan sebagai ajang pemberdayaan masyarakat. Masyarakat dilatih untuk bisa membedakan dengan tegas mana dialog yang berdimensi cacian dan perbaikan. Manajemen radio harus bisa memastikan peran sebagai pemandu, pengarah dalam mencari solusi secara elegan dan tepat.

Diyakini adanya partisipasi publik bisa menumbuhkan kepedulian dan selanjunya bisa menumbuhkan *emphaty*. Pendengar yang *on-air* ternyata bisa menjadikan masyarakat optimis, tergugah, dan berani bicara, dan mengembangkan cek dan ricek. Proses ini juga menuntut kesediaan publik untuk bisa mendengar dan menghargai pendapat orang lain. Informasi yang aktual dan terpercaya sesungguhnya yang harus dihadirkan melalui media sebagai ruang publik. Radio bisa mengajak pejabat pemerintah, instansi swasta yang semula engan berhadapan dengan media untuk bersikap terbuka. Pelan dan pasti mereka di motivasi, diberi kesempatan, diajarkan komunikasi berkaitan dengan pengaduan layanan publik. Masyarakat akan bertanya dan kemudian dihubungkan dengan penyedia layanan sehingga bisa mendapatkan tanggapan secara langsung dan memeroleh informasi secepatnya. Tren ini sudah menjadi kebutuhan seiring dengan berbagai kemajuan teknologi informasi di masyarakat.

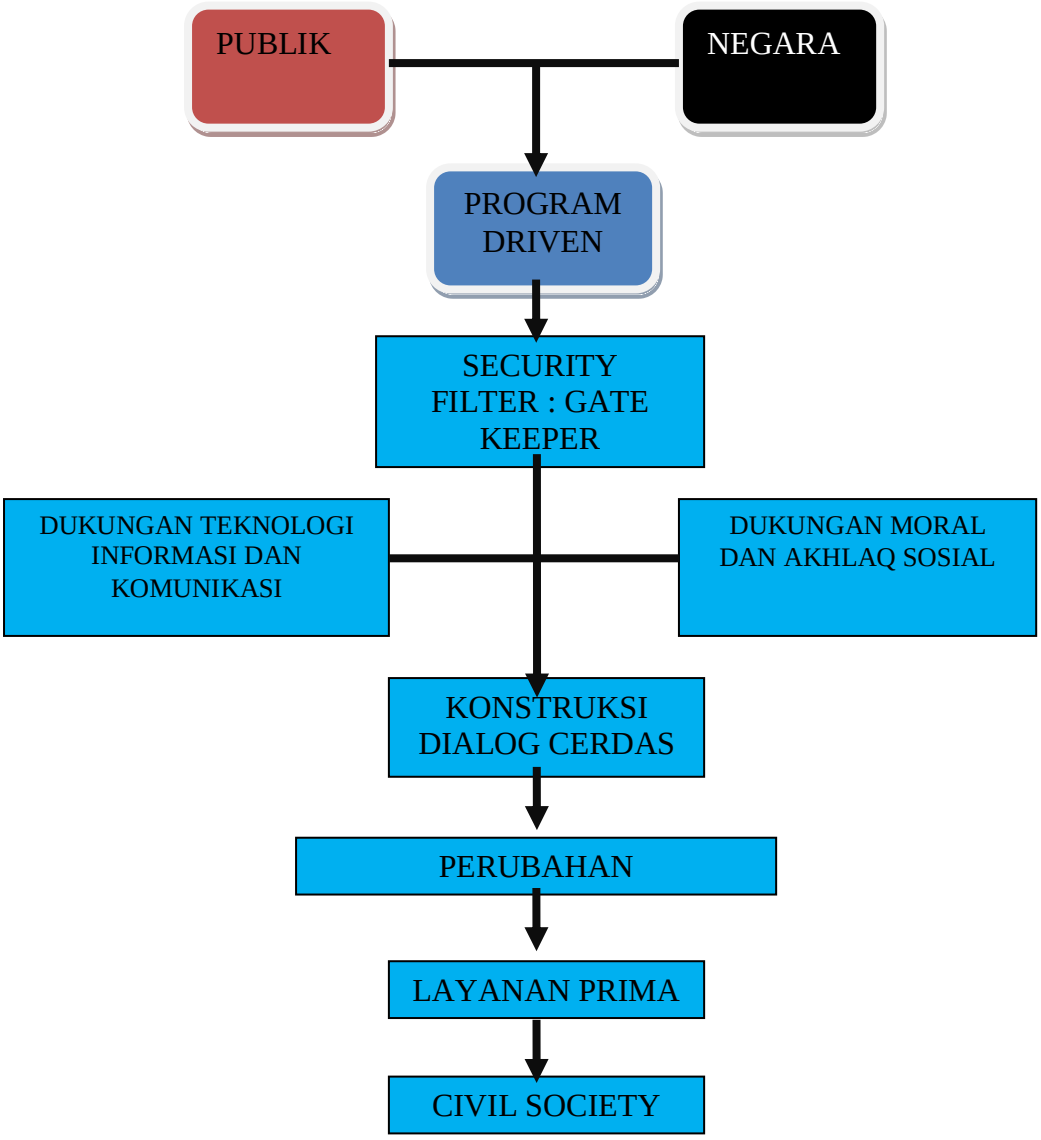
Kendati demikian, peran media radio untuk menuju warga yang beradab juga menuntut kemampuan radio untuk turut mengkonstruksi peradaban. Radio melalui berbagai program interaktif bisa mengurangi konstruksi sikap-sikap negatif seperti mudah marah, benci, curiga, tidak puas, dan tak percaya, mudah terprofokasi menjadi sikap positif yang memahami (toleran) dan saling membantu. Melalui pembelajaran bersama masyarakat dapat meningkatkan saling kepercayaan yang bisa menumbuhkan kepedulian, saling membantu, dan menyadari kepentingan untuk hidup bersama-sama.

Radio melalui siaran interaktif diharapkan mampu menumbuhkan saling kepercayaan dan respek antar berbagai elemen di masyarakat. Apalagi dalam konteks masyarakat yang multikultur, upaya menciptakan budaya dan peradaban yang saling memahami akan menjadi kata kunci bagi penciptakaan karakter masyarakat. Untuk itu, diperlukan kemampuan agar radio dapat memadukan berbagai kemajuan teknologi dengan nilai-nilai budi baik di masyarakat. Radio harus mampu menjadikan kelembagaan melalui bisnis (ekonomi) secara kuat sehingga menjadi independen. Dengan demikian radio dan siarannya tidak terjebak dalam kepentingan sesaat yang bisa menghancurkan citranya sendiri di masyarakat.

Siaran radio akan menjadi jujukan dan menjadi alun-alun warga jika mampu menjaga kualitas atas keberadaan ruang tersebut dari berbagai represi dan tekanan yang berlebihan dari kelompok lain. Sekaligus memastikan bahwa semua kalangan memiliki akses yang sama atas ruang tersebut. Radio harus bisa memastikan tidak adanya dominasi orang/lembaga tertentu dalam proses dialog interaktif siaran tersebut. Sekaligus bisa memastikan bahwa orang-orang yang berpartisipasi dapat terhubung dengan para ahli di bidangnya sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan pandangan. Keberadaan ruang itu harus

steril dari vestedinterest berlebihan dari kelompok tertentu. Kelaompok-kelompok ahli juga harus dihadirkan agar program interaktif tersebut memiliki bobot wawasan dan tidak terjebak dalam wawasan ala kadarnya.

Jaminan Ruang Publik Dalam Siaran radio



- Model dasar diadobsi dari Errol Jonathan (2009) dan di Modifikasi oleh Penulis

***

Media radio sebagaimana dicatat Arifin (2010) dapat memainkan peran sebagai alun-alun partisipasi warga dalam pelayanan publik jika didesain secara kuat, besar, dan tangguh yang jika dipersingkat terwakili dalam satu kata yakni pengolahan profesional. Radio harus memiliki kemampuan cukup dan sanggup menjadi andalan dalam menerima aduan melalui berbagai jalur komunikasi mengingat radio memiliki keunggulan dalam aktualitas dan kecepatan.

Sebagai media auditif, radio melalui siaran kata dapat menjadi ajang informasi dan dialog antarkomponen masyarakat tanpa batas guna mencari solusi atas segala permasalahan yang terjadi di masyarakat. Radio bisa menjadi sumber inspirasi dan mendidik warga menjadi masyarakat yang beradab, penuh toleransi, dan saling meghargai. Ruang itu tidak boleh direduksi menjadi tempat hiburan yang sempit yang tidak mampu mendorong publik berfikir secara kritis dan solutif.

Radio dapat mendidik masyarakat untuk meraih kehidupan yang lebih baik, berperilaku lebih baik, bekerja lebih efektif dan menghindari perilaku destruktif dan cenderung bodoh. Manajemen radio harus mengambil peran sosial dengan membuat berbagai filter agar proses dialog di ruang publik tersebut

berlangsung secara cerdas,elegan, beradab dan berbagai masalah yang sedang diperbincangkan tidak saja menghadirkan program disukai *(want)* tetapi juga yang dibutuhkan *(need)* publik.

Media radio dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas. Media Radio dapat mengembangkan program siaran interaktif yang bisa mempertemukan aspirasi masyarakat dengan berbagai penyedia layanan publik. Ruang itu dibangun secara profesional agar proses dialog dapat berlangsung secara cerdas, obyektif, dan bertanggungjawab. Manajemen radio dapat menyiapkan perangkat teknologi dan SDM yang berkualitas sebagai filter dan jaminan keamanan bagi ruang publik. Melalui desain siaran yang berdimensi publik, radio dapat menyiapkan berbagai program interaktif yang inovatif sehingga tetap menjadi pilihan dan sekaligus memastikan bahwa ruang itu bebas dari proses reduksi guna menjaim keamanan dan keberadaban ruang publik. Siaran interaktif antara masyarakat dan penyedia layanan publik dimediasi secara professional sehingga interaksi bisa berlangsung secara rasional, objektif, bertanggungjawab, setara, bebas dominasi, dan solutif. Agar radio bisa memainkan peran itu secara ideal, posisi radio harus kuat baik secara ekonomi maupun kelembagaan sehingga menjadi independen. Dengan demikian program yang dihadirkan tidak saja berdmensi semata-mata hiburan, tetapi juga mendidik, dan membuat masyarakat cerdas dan kritis.

6. Rivalitas TV Jakarta vs TV Lokal dalam Pilkada

Rivalitas televisi Jakarta yang bersiaran nasional dengan TV lokal yang bersiaran terbatas dalam siaran pemilihan kepala daerah (pilkada) langsung akan semakin manifes dan berpotensi menjadi polemik berkepanjangan. Kendati data pasti mengenai jumlah pilkada hingga saat ini masih simpang siur, tetapi menurut catatan beberapa lembaga pemantau pemilu seperti Cetro dan Jaringan Pendidikan Pemilih untuk Rakyat (JPPR) menyebutkan angka 343 penyelenggaraan pilkada di Indonesia. Sementara data Kompas (2008) menyebutkan bahwa hingga saat ini sudah berlangsung 323 Pilkada. Atas dasar data ini, jika dibuat rata-rata maka paling tidak dalam setiap hari ada penyelenggaraan pilkada di Indonesia. Momentum ini ini tentu potensial, strategis, dan mengiurkan dari sisi bisnis bagi lembaga penyiaran guna meningkatkan rating dan meraup keuntungan dari pendapatan iklan. Selain pilkada, pada tahun depan juga ada momentum nasional yakni pemilu legislatif dan pemilu presiden/wakil presiden yang memberi peluang kampanye berlangsung sepanjang tahun.

Gawe politik ini bagi lembaga penyiaran juga menjadi ajang *positioning* untuk mengukuhkan diri dan sekaligus menunjukkan dominasi stasiun TV dalam penyiaran pilkada di Indonesia. Fenomena kompetisi tersebut sudah bisa kita rasakan saat ini. Paling tidak hingga saat ini telah ada 2 (dua) TV Jakarta yang telah mentasbihkan diri sebagai TV Saluran Pemilu langsung yaitu TV One dan Metro TV. TV One muncul dengan *branding* TV Pemilu dan Metro TV dengan *branding The election Channel*. Dalam penyiaran pilkada di Indonesia, kedua TV Jakarta ini bergantian mendominasi perolehan hak siaran debat kandidat yang digelar Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) baik pilkada kabupaten/kota maupun pilkada provinsi di seluruh Indonesia.

Fenomena dominasi TV Jakarta ini mendapat respons keras dari TV lokal di beberapa daerah. Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) melalui Sekjen Imawan Mashuri dari JTV menuding dengan tegas penyelenggara Pilkada tidak menghargai keberadaan TV lokal bahkan cenderung meremehkan keberadaan media lokal. Tarik ulur atas fenomena ini menjadi ajang diskusi menarik guna memahami jeritan TV lokal dan kaitannya dengan potret regulasi penyiaran di daerah. Berbagai alasan pembenar terungkap ke permukaan atas pemilihan TV Jakarta dalam perolehan hak siar pilkada yang diberikan oleh KPUD. Namun, argumentasi ekonomi politik tetap sarat mewarnai rivalitas antara TV Jakarta dan TV lokal.

Posisi Asimetris, Hegemoni Kapitalistik

Jika dilihat perteori, sebenarnya regulasi penyiaran Indonesia tidak menganut aliran liberalisme pasar murni, tetapi lebih dekat dengan teori tanggungjawab sosial. Teori ini memunculkan konsep *diversity of content* dan *diversity of ownership* yang dalam beberapa hal memberi perlindungan terhadap potensi lokal dan pembatasan kepemilikan. Salah satu implementasinya adalah dalam bentuk berjaringan antara TV Nasional dan TV Lokal. Dalam format penyiaran itu, sebenarnya tidak akan terjadi *head to head* antara TV Jakarta yang bersiaran nasional dan TV lokal yang bersiaran terbatas. Namun, kebijakan TV berjaringan hingga saat ini masih tarik ulur dan belum bisa diterapkan di lapangan sehingga mekanisme pasar tetap berlaku dan terjadi hegemoni kapitastik dalam siaran pilkada.

TV Jakarta dan TV lokal pada galibnya berada dalam posisi asimetris. Jika kita mencoba membandingkan keberadaan TV Jakarta yang memiliki daya pancar *(coverage area)* lebih luas yakni nasional dengan TV lokal yang hanya diberikan daya pancar dalam satu *service* wilayah layanan yang meliputi tidak lebih dari 4 hingga 5 kabupaten maka posisi ini jelas tidak adil dan tidak pada posisi yang seimbang. Dalam berbagai aspek TV Jakarta akan lebih unggul dan selalu di atas TV lokal. Kemampuan TV Jakarta dalam meraup iklan juga menjadi senjata andalan dalam melakukan *bargaining* dengan KPU/D di seluruh Indonesia. Alasan ekonomis ini menjadi dasar pembenar paling logis dalam persaingan mendapatkan hak siar pilkada. Disatu sisi TV nasional bersedia untuk mengratiskan biaya produksi, sementara TV lokal hingga kini masih berkutat pada problem biaya produksi tinggi dan iklan yang masih minim.

TV Jakarta dengan kemampuan meraup iklan rata-rata 30 juta per spot di jam tayang utama *(prime time)* tentu akan lebih mudah menutup biaya produksi ketimbang TV lokal yang hanya mampu mencapai 400 ribu per spot. Alhasil, berlakulah hukum dagang pasar tradisonal bahwa siapa kuat maka ia yang menang, siapa mampu memberi dan lebih menguntungkan maka ia yang akan dipilih. Dalam situasi seperti ini, alih alih TV lokal akan akan bersaing dalam merebut hal siaran pilkada dengan TV Jakarta yang memiliki kelebihan *coverage area* nasional, TV lokal dengan keterbatasannya tampaknya hanya akan menjadi pelengkap dan mengais sisa-sisa iklan dari siaran pilkada yang tidak lagi dikehendaki TV Jakarta. TV lokal dalam hegemoni kapitalistik seperti itu akan selalu menjadi penonton di daerahnya sendiri.

Monopoli TV Jakarta, Potret Penyiaran yang Tidak adil

Rivalitas yang berujung pada pemberian dan pembagian jatah siaran debat pemilihan kepala daerah di Indonesia yang dimonopoli oleh TV Jakarta dalam jangka panjang akan menciptakan tatanan penyiaran yang tidak adil di daerah. Dominasi TV Jakarta juga akan menjadi preseden negatif bagi perkembangan TV lokal. Harus diakui bahwa beberapa TV lokal saat ini dengan keterbatasan *coverage* dan lokalitasnya terbukti mampu bersaing dengan TV Jakarta. Bali TV dan JTV dalam beberapa kali riset AC Nielsen (2008) ternyata bisa menempus 4 besar di antara jajaran TV Jakarta. Namun, ironisnya kemampuan dan potensi TV lokal tersebut belum diperhitungkan dalam persaingan mendapatkan hak siar debat pilkada.

Seiring dengan semangat otonomi dan desentralisasi, TV lokal dengan kekuatan lokalnya semestinya harus dihargai dan diberi kesempatan untuk melakukan siaran pilkada di daerahnya sendiri. Bagaimana pun ia adalah tuan rumah dan sebenarnya TV lokal memiliki kedekatan *(proximity)* dengan masyarakatnya. Hal ini selain sebagai bentuk pengakuan terhadap potensi lokal juga sebagai bagian dari memberi perlindungan atas keberadaan TV lokal yang selama ini turut menunjang program pemerintah dalam menyukseskan otonomi daerah. TV lokal ke depan harus diberi kesempatan untuk turut berpartisipasi dalam menyiarkan pilkada agar ia tidak tercerabut dari masyarakatnya. Dalam konteks *policy* regulasi penyiaran, perlindungan dan pemihakan pada TV lokal ini harus bisa mengalahkan pertimbangan ekonomis yang selama ini menjadi dasar pemilihan TV Jakarta.

Kebijakan penyelenggara pilkada untuk memberi peluang kepada TV lokal memperoleh hak siar siar pilkada adalah bagian dari upaya untuk turut menciptakan tatanan penyiaran yang lebih adil di daerah. Kebijakan ini selain dapat menjadi perekat identitas lokal, juga sekaligus sebagai bentuk pengakuan keberadaan TV lokal dan sekaligus pemanfaatan media lokal secara nyata guna menjadikan TV lokal sebagai tuan rumah di daerahnya sendiri.

Siaran Berjaringan Sebagai Alternatif Solusi

Fenomena rivalitas ini jelas akan semakin meneguhkan pertarungan antara mereka yang pro siaran nasional dan pro siaran lokal. Agar tidak terjadi polemik yang berkepanjangan dan guna menata penyiaran yang lebih adil di daerah maka semua pihak harus jernih memandang persoalan ini tidak saja selalu mendasarkan dari dimensi ekonomi politik, tetapi juga tanggungjawab sosial yang bisa menjamin tumbuh kembang TV lokal di daerah.

Dalam jangka pendek, sebenarnya telah ada jalan tengah yakni konsep siaran berjaringan yang memberikan kesempatan kepada TV lokal untuk turut menyiarkan siaran pilkada bersama di wilayahnya. Konsep berjaringan ini memungkinkan TV Jakarta berjaringan dengan TV lokal di daerah untuk menyiarkan ajang pilkada secara bersama-sama. Dengan prinsip berbagi hasil, TV Jakarta dengan kemampuan *coverage area* nasional bisa menyiarkan acara tersebut dengan mengandeng TV lokal untuk menyiarkan di daerahnya.

Posisi ini lebih menjamin keadilan bagi keberadaan TV lokal seiring dengan persiapan sistem siaran berjaringan yang dijanjikan akan selesai tahun 2009. Namun, ditengah hegemoni pandangan ekonomi politik yang menjadikan pilkada sebagai komoditas ekonomis (komodifikasi) yang bisa mendatangkan keuntungan besar, tampaknya TV lokal harus lebih bersabar lagi untuk mendapatkan porsi bagian iklan dan hak siar dari pilkada yang tersisa dan luput dari TV Jakarta. Sambil terus berharap agar TV Jakarta mau dan rela berbagi dengan mengandeng TV lokal untuk menyiarkan pilkada bersama guna menciptakan tatanan siaran pilkada yang lebih adil. (Jawa Pos, 22 Agustus 2008)

7. Pengawasan dan Pendidikan *Media Literacy*

Regulasi mengenai penyiaran telah tersedia mulai dari UU Penyiaran 32/2002 hingga peraturan operasional yang dibuat KPI yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Peraturan tersebut digunakan untuk melakukan pengawasan dan juga dapat dipakai sebagai pedoman bagi lembaga penyiaran dalam menyelenggarakan siaran.

Selama ini Komisi Penyiaran Indoneisa (KPI) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) telah melakukan fungsinya sebagai pengawas terhadap isi siaran melalui perangkat peraturan tersebut. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi penyiaran ternyata efektivitas pengawasan tidak saja tergantung pada ketersediaan peraturan dan badan pengawas, tetapi juga partisipasi dan dukungan masyarakat. Dua kekuatan yakni gerakan struktural (dilakukan regulator) dan gerakan kultural (dilakukan masyarakat) terbukti ampuh untuk mengawasi media tv agar tidak membuat pelanggaran dan membuat isi siaran menjadi berkualitas. Lembaga penyiaran dan media penyiaran sejatinya mengemban amanat tidak saja menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi media pendidikan, informasi, dan kontrol sosial. Media penyiaran tidak hanya menjadi tontonan, tetapi juga menjadi tuntunan.

Adanya kontrol dan pengawasan terhadap lembaga dan isi penyiaran sejatinya bukan dimaksudkan untuk menakut-nakuti dan membatasi kreativitas, inovasi lembaga penyiaran, tetapi lebih pada kepentingan untuk menjaga ranah publik tersebut agar tidak bertentangan dengan kepentingan publik yang menjadi pemilik ranah tersebut. Pada prinsipnya isi siaran tidak boleh semata-mata menuruti iklan, selera pasar, dan demi rating. Namun, isi siaran menurut Rachmat Kriyantono (2007) tetap harus memenuhi kebutuhan publik (*public's need),* perlu bagi publik *(public's necessity),* dan penting bagi publik *(public's importance).*

Pengawasan Struktural Melalui KPI/KPID

Perangkat pengawasan isi siaran dalam bentuk peraturan telah tersedia dan dapat digunakan untuk melakukan pengawasan isi siaran. Perangkat peraturan UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) telah mengatur dengan detail mengenai hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dalam menayangkan program siaran.

Pengawasan tersebut telah dilakukan baik ditingkat Pusat oleh KPI maupun di daerah oleh KPID. Namun, lembaga penyiaran masih banyak yang mengabaikan dan melanggar aturan ini. Masih banyak hasil pemantauan adanya acara yang mengeksploitasi kekerasan, mistik, porno, menyiarkan program tidak sesuai kategorisasi jam tayang dan usia khalayak.

Sekadar ilustrasi mengenai pelanggaran yang ditemukan KPI Pusat tahun 2007-2008 hampir merata dilakukan oleh semua stasiun TV. (Yasirwan Uyun, 2008). Bentuk pelanggaran tersebut meliputi kekerasan, pornografi, mistis, dan horror. Yang paling dominan adalah adegan kekerasan, penggunaan senjata tajam atau penggunaan senjata api untuk melukai orang lain dengan vulgar, sikap kurang taat pada orang tua, guru, mengejak, menghina, memaki menggunakan kata-kata kasar dan merendahkan, perilaku yang mendorong anak untuk percaya pada kekuatan para normal, klenik, praktik sepiritual magis, mistik, atau kontak dengan roh berpakaian minim, bergaya menonjolkan bagian badan tubuh tertentu atau melakukan gerakan yang meimbulkan daya tarik seksual, adegan ciuman, menayangkan perilaku berpacaran, penggunaan alkohol atau rokok, menampilkan perbuatan antisosial (tamak, licicik, bohong) tanpa sanksi, kata-kata atau suara yang diasosiasikan dengan daya tarik seksual, memiliki makna jorok/mesum/cabul/vulgar

Kendati di tingkat pengelola sudah ada kesadaran untuk meningkatkan sensor internal, tetapi data pelanggaran isi siaran tetap meningkat dari waktu ke waktu. Untuk memberikan sansi atas pelanggaran isi siaran, KPI & KPID sebagaimana diatur dalam UU Penyiaran dapat menjatuhkan sanksi mulai dari administratif hingga pemidanaan. Sanksi tersebut dapat dikenakan mulai dari teguran tertulis, penghentian mata acara yang bermasalah, pembatasan durasi dan waktu siaran, denda administratif, pembekuan kegiatan siaran untuk jangka waktu tertentu, penolakan perpanjangan izin dan pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran. Sementara sanksi pidana, lembaga penyiaran dapat diancam pidana paling lama 5 tahun dan/atau denda palin banyak 10 Milliar rupiah.

Pengawasan Kultural Melalui Pendidikan Media Literacy

Benteng akhir dari terpaan media tv yang intens adalah individu. Karena itu, usaha untuk menjadikan individu semakin berdaya adalah garapan strategis. Bagaimana agar konsumen media semakin kritis, berdaya, dan selektif akan turut menentukan isi siaran TV. Berbagai kelompok masyarakat harus turut mendukung gerakan kultural bersama kelompok masyarakat yang lain. Program jejaring pemantauan isi siaran dalam bentuk kelompok-kelompok kritis diperlukan untuk memberi tekanan riil kepada industri media. Aksi ini diharapkan dapat membentuk jejaring masyarakat kritis dalam mengkonsumsi media. Tumbuhnya kelompok kritis masyarakat juga diharapkan dapat menstimuli masyarakat agar berani dalam mengadukan tayangan isi siaran yang dirasa meresahkan, tidak nyaman, dan tidak patut ditayangkan TV.

8. Problematika Sanksi & Pemidanaan Siaran TV

Angka pelanggaran isi siaran tv terus meningkat dari waktu ke waktu. Peluang media TV melakukan pelanggaran isi siaran, seperti pornografi juga semakin besar. Potret ini paling tidak bisa kita tangkap dari angka pelanggaran dan sanksi yang diberikan kepada media tv. Pada tahun 2008 jumlah acara yang ditegur sebanyak 51 dan yang dihentikan sementara sebanyak 2 acara. Data ini meningkat pada tahun 2009, jumlah acara yang ditegur sebanyak 115, yang dihentikan sementara sebanyak 7 acara. Sebagian besar pelanggaran tersebut menyangkut pornografi dalam tayangan infotainment.

Selama ini, penjatuhan sanksi atas pelanggaran isi siaran tv yang bersifat administratif dilakukan oleh KPI/KPID secara berjenjang. Di antara sanksi yang dijatuhkan oleh KPI/KPID adalah teguran tertulis, penghentian mata acara yang bermasalah, dan pembatasan durasi dan waktu siaran. Sementara, denda administratif, pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu, tidak diberi perpanjangan izin penyelenggaran penyiaran (IPP), dan pencabutan IPP belum ada yang dikenakan.

Terkait penerapan sanksi administratif, saya mencatat masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh ketidakjelasan kewenangan sebagai regulator dan kewenangan di tingkat eksekutorial. Kontestasi kewenangan antara pemerintah dan KPI membuat penerapan sanksi administratif hanya sekadar

formalitas, tidak penting, dan tidak menimbulkan efek jera yang berarti. Jika suatu acara dijatuhkan sanksi, maka hal itu tidak serta merta membuat efek jera pada acara yang lain. Hal ini terjadi karena penerapan sanksi administratif tersebut tidak mengikat penuh penyiaran (isi dan infrastuktur) dan hanya sebagian saja yakni isi siaran. Akhirnya, sanksi administrasi seolah hanya menjadi surat cinta KPI kepada lembaga penyiaran dan *host* acara tv.

Problematik

Peluang untuk memidanakan siaran tv, sebenarnya terbuka lebar mengingat dalam UU Penyiaran 32/2002 jenis sanksi tidak hanya meliputi sanksi administratif, tetapi juga sanksi pidana. Ancaman sanksi pidana terhadap media tv juga tidak ringan. Jika kita cermati dalam pasal 57 UU 32/2002, terdapat ancaman pidana bisa berupa hukuman penjara 5 tahun dan/atau pidana denda Rp. 10 Milliar. Namun, dalam tahap eksekusi pemidanaan ini kerap problematik. Hal ini menyangkut banyak hal, diantaranya menyangkut orientasi penghukuman, obyek, dan subyek hukum.

Selama ini orientasi penghukuman dalam UU penyiaran hanya terpusat pada suatu mata acara, dan bukan pada individu yang bertanggungjawab pada penayangan acara tersebut. Padahal subjek hukum hanyalah orang-perorang dan badan hukum. Jika orientasi penghukuman ada pada objek, sementara yang dihukum adalah subjek maka sebenarnya telah terjadi penyimpangan hukum.(Judhariksawan, 2010).

Selain itu, penjatuhan sanksi pidana penyiaran tergolong rumit untuk direalisasikan mengingat silangsengkarut dalam peraturan penyiaran. Paling tidak akan ada perdebatan seru mengenai *lex speciale* dari kasus yang terkait media tv baik menyangkut isi, bisnis, maupun infrastruktur. Menurut catatan Masyarakat Informasi Indonesia (2008) terdapat ketentuan yang saling terkait, bahkan kadang saling meniadakan dan bertolak belakang antara satu peraturan dan peraturan yang lain. Peraturan yang menyangkut isi (ada 7 UU). Peraturan yang menyangkut infrastrukur (ada 3 UU). Sementara menyangkut kewenangan terdapat dalam 4 UU. Di aturan teknis seperti Peratuan Pemerintah diidentifikasi sebanyak 16 PP, dan belum lagi aturan teknis seperti Kepmen bisa mencapai duakali lipat. Jika masing-masing pihak mencoba mencari dasar pembenar, tersedia cukup banyak peluang untuk berlindung dibalik aturan-aturan yang berjibun tersebut.

Dihapus atau *Ultimum Remidium*

Media tv sebagai ruang publik demokratis tetap harus diberi ruang kebebasan secara bertanggungjawab. Jika diduga ada unsur yang dilanggar maka harus diadili sesuai ketentuan pers dan kode etik. Hal ini pula yang harus diterapkan jika media tv melakukan pelanggaran siaran.

Demi menjaga kebebasan pers yang bertanggungjawab maka ada baiknya jika dalam amandemen UU Penyiaran 32/2002 yang saat ini sudah masuk dalam prioritas legislasi nasional (Prolegnas) 2010 di Komisi I DPR RI dilakukan terobosan. Pasal pemidanaan bagi media tv sebaiknya dihapuskan saja. Jika tidak memungkinkan paling tidak sanksi pidana ini merupakan langkah terakhir setelah penjatuhan sanksi administratif diberikan sesuai asas *ultimum remedium*.

Patut dingat bahwa pemidanaan media TV bisa membawa ekses yang besar terhadap demokratisasi penyiaran. Kita berharap bahwa tidak ada media tv yang dipidanakan. Saatnya momentum ini dijadikan kontemplasi bagi pengelola tv untuk mawas diri dan selalu berhati-hati dalam membuat dan menayangkan isi saran. #

BAGIAN IV
AGENDA KE DEPAN

BAGIAN IV AGENDA KE DEPAN

1. Muatan Lokal (TV Lokal Jaringan dan TV Lokal)

Harapan publik untuk menikmati muatan lokal produksi tv jaringan sebagai masih jauh panggang dari api. Kendati beberapa TV Jakarta yang seharusnya berjaringan seperti RCTI, SCTV, Indosiar, TPI, ANTV, GlobalTV, TVone, dan Metro TV mulai memroduksi siaran lokal, tetapi siaran tersebut terkesan hanya *artifisial* untuk sekadar memenuhi ketentuan 10% dari kewajiban minimal isi siaran lokal.

Muatan lokal TV Jakarta juga belum ada *progress* yang signifikan. Mereka masih belum beranjak dari siaran sejam dari total siaran 20 jam. Bahkan, siaran produksi lokal tersebut juga tidak tayang di jam *primetime.* Siaran lokal TV nasional masih ditempatkan pada jam tayang non-ekonomis (pagi dan siang hari) yang tidak banyak penonton.

Padahal *progress* muatan lokal dari TV jaringan dalam perspektif demokratisasi penyiaran menjadi *conditio sine qua non*. Hal ini tidak saja menjadi bamper bagi pertahanan budaya lokal, tetapi juga akan membawa dampak multiefek bagi pertumbuhan ekonomi dan pengembangan SDM penyiaran di daerah. Paling tidak, dengan produksi siaran lokal maka potensi ekonomi dan SDM di daerah akan dapat digarap secara serius. Ke depan diharapkan siaran dan bisnis TV tidak lagi Jakarta sentris, tetapi bisa menyebar ke berbagai daerah sehingga siaran dan bisnis TV lebih adil bagi kepentingan masyarakat lokal.

Kompetisi yang ketat di antara stasiun TV membuat tekanan yang tinggi atas persoalan *content* dan *ownership* media TV. Beberapa TV Jakarta akhirnya berubah kepemilikan, *positioning* dan juga *callstation* sebagai TV baru untuk menguatkan daya saing. Bahkan, TV swasta Jakarta terus melakukan ekspansi layanan di berbagai daerah ekonomis dengan mendirikan stasiun transmisi (*relay*) sehingga *service area* (wilayah layanan) dan *coverage area* (wilayah jangkauan) semakin luas. Tak pelak, kuasa TV Jakarta semakin mengurita di daerah.

Melalui strategi komodifikasi yang ditopang modal besar, TV Jakarta mampu mengisi ruang publik pemirsa lokal dengan beragam acara sehingga masyarakat semakin 'jatuh hati' pada TV Jakarta. Hal ini juga ditunjang oleh konsolidasi bisnis TV nasional dalam group seperti MNC, Para Group, Bakrie Group, Surya Citra Group, dan Metro Group sebagai bagian strategi bisnis media untuk menyiasati efisiensi bisnis industri televisi.

Kondisi ini juga ditunjang keberadaan lembaga riset pemirsa seperti AGB Nielsen yang menjadi legitimasi atas kuasa TV Jakarta. Rating menjadi ideologi pemasang iklan dan semakin melanggengkan kuasa dan keperkasaan TV Nasional. Relasi kuasa atas pengambil kebijakan *(policy maker)* di tingkat pusat juga mapan. ATVSI menjadi motor efektif untuk melakukan *bargaining* kepentingan dengan penguasa. Terbukti, selama ini Pemerintah selalu ragu-ragu menghadapi TV nasional yang dianggap memiliki kuasa politik dan ekonomi.

Quo Vadis ?

Stasiun TV Jakarta kini berada pada persimpangan, menaati UU berarti mengancam kapitalisasi bisnis atau berjaringan demi demokratisasi penyiaran. Publik harus terus mengawal agar siaran lokal tidak menjadi *lipservice* kebijakan penyiaran *an sich*. Mereka harus didorong untuk mengembangkan produksi lokal.

Durasi siaran produksi lokal harus ditingkatkan agar terjadi pelibatan SDM lokal dan memberi sumbangsih bagi pertumbuhan industri kreatif dan ekonomi daerah. TV jaringan diharapkan dapat memicu lahirnya *production house* dan industri kreatif di daerah. Dengan demikian TV Jakarta harus juga membuka peluang bagi produksi masyarakat lokal untuk bisa tayang di TV nasional.

TV Jakarta tidak boleh berdalih bahwa SDM publik lokal belum siap mengingat orang daerah dipaksa tidak siap oleh struktur bisnis tv yang ada saat ini. TV nasional harus rela bermitra dengan TV lokal. Hal ini akan menjadi benteng media persatuan nasional dan demokratisasi penyiaran di daerah. TV Jakarta justru akan tampil lebih impresif menjadi TV lokal berjaringan yang dekat *(proximity)* dengan pemirsa lokal.

Kini, saatnya publik untuk turut serta mengawal agar TV Jakarta mau berjaringan demi kepentingan yang lebih luas. Semoga.

2. Ekspektasi Publik dan Agenda Strategis Regulator Penyiaran Jatim

Regulator penyiaran daerah memikul beban tugas yang tidak ringan serta menuntut kerja ekstra di tengah masa tugas yang singkat. Beragam problem bidang penyiaran yakni bidang legislasi, kelembagaan, pengawasan isi siaran, dan struktur siaran menuntut pendekatan dan strategi yang cerdas guna menjawab ekspektasi publik**.**

KPID Jawa Timur Jilid I, Jilid II, Jilid III sudah bekerja dan mencoba bekerja guna membuktikan komitmennya kepada publik Jawa Timur. Jika dipilah secara garis besar maka ada dua agenda garapan besar yakni internal dan eksternal. Agenda internal menyangkut konsolidasi dan soliditas komisioner. Konflik internal yang terjadi di tubuh KPID Jawa Timur Jilid I memberi pelajaran berharga sekaligus menjadi bahan introspeksi bagi kepengurusan KPID Jilid II dan III. Akar masalah yang paling menonjol adalah munculnya disharmoni dan beda tafsir (pemahaman) yang bermuara pada keretakan *team work.* Hal ini disebabkan belum bakunya mekanisme protap organisasi, khususnya batasan wewenang dan tugas sehingga masing-masing pihak sehingga tidak bisa membedakan antara sikap instutusi (kelembagaan) dan sikap pribadi (individu sebagai komisioner).

Di tengah belum mapannya bidang kelembagaan maka diperlukan adanya itikad baik dari semua anggota komisioner agar dapat menghormati semua mekanisme yang telah disepakati bersama dan harus senantiasa dikedepankan guna menjamin mekanisme internal organisasi berjalan dengan baik. Membentuk *teamwork* yang solid pada dasarnya adalah seni manajemen. Untuk itu dibutuhkan kemampuan kepemimpinan yang andal dan integritas tinggi para anggota. Intensitas komunikasi dan pendekatan 'manajemen qolbu' layak dikembangkan guna mengikis ketidakpercayaan di antara anggota komisi yang bisa berakibat pada munculnya kubu-kubuan.

Disadari kerja komisioner dengan 7 anggota yang merasa sama-sama mendapat kepercayaan publik memang bukan pekerjaan yang ringan. Egoisme pribadi bisa muncul kapan saja. Jika mekanisme protap organisasi sudah mantap maka akan mereduksi terjadinya egoisme dan juga upaya memanipulasi dan mensiasati hukum untuk kepentingan pribadi. Jika tetap terjadi penyalahgunaan wewenang dan tugas maka harus dikembalikan kepada mekanisme yang ada untuk mendapatkan sanksi organisasi. Oleh karena itu *code of conduct* harus segera disusun guna menjadi kompas jalan bagi kerja komisioner. Harus diingat jika kondisi internal KPID saja belum solid maka jangan berharap dapat melangkah memperbaiki kondisi eksternal yang sejatinya menjadi tugas utama.

Agenda Strategis Eksternal

KPID hadir di daerah sejatinya adalah untuk menumbuhkembangkan industri penyiaran dan aktualisasi budaya lokal. Hal itulah yang menjadi misi dasar kerja KPID. Lembaga ini harus dapat menjadi lokomotif bagi pengembangan dan aktualisasi potensi penyiaran di daerah. KPID juga harus mampu bekerja dengan penuh dedikasi agar hasilnya segera dapat dinikmati masyarakat, khususnya bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat Jawa Timur. Pada intinya, KPID harus mampu membuktikan bahwa dirinya memiliki peran dan fungsi yang dapat dirasakan secara nyata oleh publik Jawa Timur sehingga keberadaannya benar-benar berfungsi dan bukan *wujuduhu ka-adamihi.*

KPID secara kelembagaan harus mampu membangun reputasi dan kredibiltas tinggi sehingga dapat dipercaya oleh tiga pilar yaitu lembaga penyiaran, pemerintah, dan publik Jawa Timur. Dengan demikian semua produk legislasi yang dibuat memiliki legitimasi tinggi. Agenda selajutnya adalah mewujudkan desentralisasi penyiaran melalui realisasi sistem penyiaran berjaringan di daerah. Tugas ini sungguh berat karena menyangkut tidak hanya aspek politik, tetapi juga tarik ulur kepentingan modal (ekonomi). KPID juga harus mampu mengaktulalisasi budaya dan potensi SDM Jawa Timur, advokasi dan *literacy* media guna meningkatkan partisipasi masyarakat. KPID juga harus peduli dengan pengembangan potensi lokal, mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, meletakkan landasan regulasi penyiaran yang kuat di

daerah, meningkatkan kesempatan masyarakat lokal untuk turut berusaha di industri penyiaran, meningkatkan akses publik, dan peningkatan kualitas dan kuantitas siaran lokal, serta monitoring isi siaran dalam kerangka demokratisasi penyiaran.

Tugas paling krusial adalah penataan kebijakan perijinan bersama lembaga lain guna menciptakan iklim usaha penyiaran yang sehat dan kondusif. Selain itu, peran KPID dalam mengawal PPP (Pedoman Perilaku Penyiaran) dan SPS (Standar Program Siaran) juga sangat penting. KPID harus mampu menjalin kemitraan dan kerja sama dengan *stakeholders* guna meningkatkan daya kritis masyarakat. Semua upaya itu harus mampu menciptakan *best practice* sehingga kerja KPID Jatim dapat dijadikan acuan bagi KPID di daerah lain di Indonesia.

Beri Kepercayaan dan Terus di Kontrol

Publik Jawa Timur dikenal kritis dan cerdas. KPID harus mampu merebut kepercayaan itu pada kesempatan pertama. Medan tugas ini harus benar-benar menjadi medan pengabdian di tengah minimnya kepercayaan publik Jawa Timur. Tugas ini adalah amanah yang berat dan menuntut heroisme komisioner. Anggota KPID harus mampu bekerja di atas rata-rata yang biasa dilakukan komisi ini sebelumnya. Tugas ini menuntut kecepatan, kerja keras, kreativitas, inovasi, integritas serta komitmen tinggi. Pendek kata semua itu hanya bisa dilakukan dengan bekal profesionalisme yang tinggi.

Kiranya dengan jalan itu, skeptisme dan pesimisme publik dapat dijawab dengan elegan. Saatnya KPID bisa merebut kepercayaan publik dan kembali membuktikan bahwa orang Jawa Timur pada dasarnya selalu mampu tampil menjadi *inspiring* dalam berbagai hal di Indonesia.

3. Jalan Terjal TV Lokal Berjaringan

Akhir tahun 2009, pemerintah memiliki tagihan politik yang akan jatuh tempo yakni pelaksanaan sistem stasiun berjaringan (SSJ). Kebijakan SSJ, sebagaimana diamanatkan UU Penyiaran No. 32/2002, mengharuskan TV swasta yang bersiaran nasional menjadi TV lokal berjaringan.

Kebijakan ini semestinya sudah harus direalisasikan pada 28 Desember 2007. Namun, kebijakan tersebut terpaksa ditunda selama 2 tahun melalui Permen Kominfo No. 32/2007 karena belum adanya kesiapan regulasi teknis dan infrastruktur di daerah.

Kini, waktu penyesuaian itu akan tiba dan SSJ harus segera direalisasikan. Dalam format baru sistem penyiaran nasional hanya akan dikenal dua bentuk stasiun yakni TV lokal dan TV lokal berjaringan. Jika TV swasta Jakarta ingin tetap bersiaran nasional maka mereka harus metamorfosis menjadi TV lokal berjaringan.

Guna mengawal kebijakan ini, Rapimnas KPI di Bogor 23-25 November 2009 menelurkan salah satu rekomendasi penting yakni TV swasta Jakarta yang bersiaran nasional harus segera memiliki badan hukum lokal di setiap wilayah layanan siaran sebagai pintu awal merealisasikan SSJ. Jika hal ini tidak dilakukan maka KPI mendesak pemerintah mengambil kembali kanal yang dialokasikan kepada negara.

Fakta ini semakin memperkukuh struktur industri bisnis TV nasional sehingga mendorong para investor untuk mendirikan TV nasional. Tercatat dalam kurun setahun 2000 – 2001 beroperasi 5 TV swasta lagi yakni Metro TV, TV7, Trans TV, Lativi dan Global TV.

Keberadaan stasiun baru tersebut membuat kompetisi bisnis media TV semakin ketat. TV swasta Jakarta terus melakukan ekspansi layanan di berbagai daerah ekonomis dengan mendirikan stasiun transmisi sehingga *service area* (wilayah layanan) dan *coverage area* (wilayah jangkauan) semakin luas. TV Jakarta akhirnya hadir menjadi media pilihan bagi masyarakat daerah. Melalui strategi komodifikasi yang ditopang modal besar TV Jakarta mampu mengisi ruang publik pemirsa lokal dengan beragam acara sehingga masyarakat semakin 'jatuh hati' pada TV nasional. Hal ini semakin memperkukuh dukungan publik atas keberadaan TV swasta Jakarta.

Ekspansi dan kuasa program itu telah membawa dampak besar yaitu tergerusnya budaya lokal oleh budaya Metropolitan Jakarta. Acara-acara yang tampil sebagian besar adalah ekspresi budaya Jakarta. Tak ayal, orang daerah hanya sekadar menjadi objek dari penyiaran TV Jakarta.

Kuasa TV Jakarta juga membuat SDM penyiaran lokal tidak dapat berkembang. Orang daerah harus ekstrakeras merebut perhatian TV Jakarta agar bisa eksis di penyiaran. Hal ini juga ditunjang oleh konsolidasi bisnis TV Jakarta dalam group seperti MNC, Para Group, Bakri Group, Surya Citra Group, dan Metro Group. Kecenderungan bergabungnya perusahaan pertelevisian nasional juga menjadi bagian konsolidasi dan strategi bisnis media untuk menyiasati efisiensi bisnis industri televisi. Tujuannya sangat jelas, agar mereka bisa segera berbagi dengan sesama TV nasional dalam *holding company*-nya

Kondisi ini juga ditunjang keberadaan lembaga riset pemirsa seperti AGB Nielsen yang menjadi legitimasi atas kuasa TV Jakarta. Rating ini yang menjadi ideologi pemasang iklan dan semakin melanggengkan kuasa dan keperkasaan TV Jakarta. Belum lagi relasi kuasa atas pengambil kebijakan *(policy maker)* di tingkat pusat. ATVSI menjadi motor efektif untuk melakukan *bargaining* kepentingan dengan penguasa. Terbukti, selama ini Pemerintah selalu ragu-ragu menghadapi TV swasta Jakarta yang dianggap memiliki kuasa politik dan ekonomi.

Reformasi politik yang melahirkan desentralisasi penyiaran menuntut TV swasta Jakarta kembali ke *khittahnya* sebagai TV lokal. Tidak dimungkiri mereka telah menikmati berkah ekonomi luar biasa selama 10 tahun terakhir. Kini, saatnya mereka ikhlas berbagi untuk merelakan sebagian 'kue' itu kepada masyarakat lokal. Angka patokan 10% dalam hal kepemilikan *(ownerships)* dan program lokal *(local content)* jelas tidak akan mengubur bisnis TV Jakarta. Bahkan, jika dihitung secara serius format ini dalam jangka panjang akan turut memperkuat struktur bisnis TV Jakarta di masing-masing daerah.

Memang jadi jika dihitung dalam jangka pendek, kecepatan akumulasi keuntungan akan mengalami pengurangan *share* bisnis karena harus *sharing* dengan mitra TV lokal. Namun, jika menilik kepentingan jangka panjang konsep berjaringan ini akan menciptakan peluang lebih besar, khususnya untuk menjaring potensi pasar dan pemirsa lokal. Agus Sudibyo pernah mengambarkan jika *rating* dan *share audience* TV Jakarta selama ini hanya memperhitungkan pemirsa TV di kota-kota besar maka dengan SSJ akan memperoleh tambahan pemirsa lokal yang lebih luas di daerah yang selama ini belum tergarap. Hal ini akan turut memperkuat daya tawar TV di kalangan pemasang iklan nasional dan lokal.

Melalui kemitraan dengan TV lokal, TV Jakarta akan tampil impresif menjadi TV lokal berjaringan yang dekat (proximity) dengan pemirsa lokal. Dengan bermitra dengan TV lokal, TV Jakarta akan semakin luas daya jangkau di masing-masing wilayah layanan yang digarap sehingga meningkatkan daya saing. Bahkan kerja sama *sharing* teknik dengan mitra TV lokal di beberapa daerah terbukti bisa membantu kualitas siaran TV Jakarta yang semula tidak bisa maksimal menjadi lebih baik di terima oleh masyarakat lokal.

Kini, semua berpulang kepada *good will* pemerintah dan TV swasta Jakarta dalam menjalankan kebijakan SSJ. Demi kepentingan yang lebih luas TV Jakarta harus ikhlas berbagi untuk melaksanakan SSJ. Publik harus mengawal kebijakan ini dengan sepenuh hati agar tatanan penyiaran menjadi adil. Jangan sampai pemerintah menunggu TV lokal bertumbangan akibat dari sistem penyiaran yang tidak adil ini. Mari kita dorong agar TV Jakarta rela dan ikhlas menerapkan SSJ.

Epilog

Media lokal yang ‘Terpasung’ dan Harapan Baru

Media lokal yang 'Terpasung' dan Harapan Baru

Penyiaran lokal bak mozaik yang belum utuh dilukis. Hingga kini terlihat masih samar dan disana-sini masih bopeng-bopeng. Pemandangan yang indah tentang demokratisasi penyiaran yang bertumpu pada *diversity of content* dan *diversity of ownership* serta pewujudan ruang publik *(public sphere)* yang memberdayakan masyarakat lokal baik dalam *content* komunikasi maupun ekonomi belum tampak bentuknya. Ruang publik di media penyiaran lokal yang indah, tempat persemaian gagasan, ide, dan ruang debat yang sehat dan rasional dan cerdas bagi publik lokal masih jauh dari harapan. Ruang itu ternyata menjadi ajang pertarungan kuasa yang rumit dan terdistorsi banyak kepentingan.

Faktor internal dan eksternal berkelindan satu sama lain sehingga sulit diurai mana yang dominan dan hampir semua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan media penyiaran lokal. Faktor internal meliputi sumber daya (individu) penyiaran dan organisasi/kelembagaan, *media reutine*, dan teknologi penyiaran. Sementara faktor eksternal meliputi modal, investor/pengiklan, ideologi, kebijakan negara (regulasi), dan jejaring global. Ruang itu menjadi ajang kontestasi bagi kelompok-kelompok dominan di masyarakat. Sementara publik lokal termasuk kelompok marjinal telanjur memiliki mimpi-mimpi indah dengan media penyiaran lokal yang akan mengangkat kehidupannya dan melihat dari dekat siaran tentang kehidupannya.

Semangat demokratisasi penyiaran yang memberi warna baru dalam keberagaman isi dan kepemilikan media ternyata dalam perjalanannya harus berhadapan dengan arus liberalisasi penyiaran. Arus ini membuat media penyiaran lokal masuk dalam skrup besar ekonomi global media. Sasa Djuarsa (2007) melihat bahwa tren liberalisasi justru lebih kuat ketimbangan demokratisasi itu sendiri. Hal ini tampak dalam orientasi penyiaran yang lebih menguntungkan kelompok pemegang kekuasaan (ekonomi, politik, sosial) yang dominan.

Di sisi lain, publik telah dibuat histeria dan berharap cerita indah tentang penyiaran -- yang memberi mereka tempat untuk berpartisipasi -- segera dapat diwujudkan. Namun, cita-cita itu ternyata utopis dan menghadapi kendala yang berat. TV lokal sengaja dibiarkan tumbuh dalam situasi ketidakjelasan regulasi dan teknis penyiaran. TV lokal dibiarkan saja untuk tumbuh agar nampak demokratis, tetapi sesungguhnya tidak ada pemihakan dan perkembangannya dipasrahkan pada ganasnya kompetisi bisnis penyiaran yang tidak adil. TV lokal sengaja dipasung dan dibiarkan berlari sendiri sesuai batas kemampuannya tanpa ada kejelasan arah dan konsistensi kebijakan. TV lokal telah menjadi anak tiri dan pelengkap dalam lanskap penyiaran di Indonesia.

Media penyiaran lokal dalam transisi kebijakan penyiaran mau tidak mau harus berhadapan dengan kekuatan negara dan pasar yang menurut Dedy N Hidayat (2003) sejatinya represif. Perubahan *state regulation* menuju *market regulation* dalam posisi tertentu ternyata bisa menjauhkan publik dari ruang cita-cita demokratisasi penyiaran yang diidam-idamkan. Tekanan pasar melalui *invisible hand*-nya mulai terlihat jelas menerkam industri tv lokal yang hanya berbekal idealisme *an sich.* Beberapa tv lokal yang semula ditopang dengan idealisme kuat, dalam perjalananya mulai rontok dan tidak mampu bertahan. TV lokal di wilayah Malang Raya yang awalnya berjaya mulai terlihat menurun di tengah persaingan dengan tv Jakarta yang memeroleh keistimewaan dalam kebijakan penyiaran.

Cermatilah, tv lokal di Jawa Timur kini mulai hanya bisa bertahan dan sekadar bisa menutup biaya operasional tanpa mampu menyisihkan modal untuk meningkatkan pengembangan bisnis dan siaran. Hanya media penyiaran yang bisa memahami logika pasar, khususnya yang patuh M-M-M *(money more money)* yang bisa bertahan. Pasar juga telah memiliki agenda dan konstruksi sendiri termasuk dalam proses produksi siaran. Bahkan, pasar juga menjadi penentu tema perbincangan (dialog), siapa yang menjadi nara sumber dan kesimpulan apa yang hendak didialogkan. Pasar dengan logika komodifikasinya menjadikan semuanya sebagai komoditas yang terus menerus di munculkan agar memiliki nilai tukar prospektif saat ini dan masa depan di media penyiaran.

Media penyiaran lokal juga kerap gamang untuk menakar peran sebagai media informasi, hiburan, pendidikan, dan kontrol sosial. Media penyiaran menjadi sulit ditakar perannya karena disaat yang

bersamaan gamang harus melayani kepentingan pasar, negara atau publiknya. Kepentingan publik dalam tekanan ekonomi pasar dan kekuasaan negara kerap dijadikan nomor buntut dalam kebijakan siaran. Akhirnya, peran media menjadi paradogs, bahkan dalam konteks tertentu bisa menjadi tragedi dan ironi. Bias kepentingan ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya dan agama tidak lagi laten, tetapi menjadi manifes dalam siaran.

Media penyiaran lokal memang telah terjebak dalam kepentingan ekonomi politik *an sich* sehingga wacana dan kontruksi yang dibangun tidak semata-mata untuk publik, kebenaran dan keadilan, kelompok marginal, tetapi lebih mencerminkan kepentingan dan agenda ekonomi politik media. Banyak pengamat mengatakan muskil untuk menanggalkan bias kepentingan itu. Namun, penting bagi media penyiaran lokal untuk tetap memberi tempat terhormat bagi kepentingan publik dan tidak mudah menjadi partisan apalagi kasat mata terjebak dalam dukung mendukung politik praktis.

Dalam praksis, media penyiaran swasta lokal juga mulai terlihat mengusung agenda-agenda pasar demi kelanggengan bisnis melalui program acara yang dibuatnya. Media lokal yang hanya menyuarakan kepentingan publik tanpa memperhatikan selera pasar akan memiliki harapan hidup yang rendah. Demikian pula siaran yang tidak heboh (tidak mampu mendramatisasi tema yang serba ekstra) yang bisa memancing pro-kontra serta membentur norma dan kebiasaan yang berlaku akan sulit menjadi komoditas yang dilihat pemirsa.

Homogenisasi siaran tak terhindarkan. Isu-isu yang diusung dalam media utama mulai diikuti media lokal, yakni selalu akseleratif dan tidak akan bertentangan dengan logika pasar. Praktek bisnis yang tidak berselaras dengan kepentingan pemodal akan hilang dari pemberitaan media. Media dan kehendak pasar leluasa mengontruksi apa pun sesuai kepentingan mereka. Ketika media sudah berada dalam kooptasi pasar maka agenda yang bersesuaian dengan ekspansi pasar yang akan muncul dalam media. Keberpihakan terhadap kalangan minoritas, agenda publik, akan mulai disisihkan. Jika pun ditayangkan, itu juga terkait dengan hiburan bagi ekspansi pasar *heavy viewer* tv. Agenda kalangan miskin dan kelompok marginal akan sekadar menjadi bumbu penyedap dalam siaran dan lagi-lagi bukan ingin mencari solusi untuk meretas penderitaan kaum marjinal lokal.

Dalam kompleksitas relasi itu, *interplay* kepentingan akan semakin menarik di cermati. Termasuk relasi antara pemerintah, politisi, tokoh masyarakat, militer, akademisi, LSM dan berbagai kelompok kepentingan strategis di tingkat lokal. Hal ini yang membuat benturan kepentingan di media lokal semakin menyolok terlihat. Akses publik menjadi terbatas dan media lokal hanya menjadi kelompok dominan tertentu di daerah.

Pekerjaan untuk menempatkan dan mewujudkan lembaga penyiaran lokal sebagai *public sphere* dalam demokratisasi masih butuh waktu dan dukungan semua pihak. Penguatan peran publik lokal dan tekanan publik melalui advokasi dan *media literacy* yang berkesinambungan menjadi taruhan terakhir untuk mengurangi pesimisme media penyiaran lokal sebagai persemaian daya kritis masyarakat lokal.

Dalam perjalanannya, tv lokal mengalami pasang surut dan tidak sedikit yang akhirnya menyerah, tidak mampu bertahan *(survival)* dan kemudian gulung tikar. Spirit publik yang berkobar-kobar pada saat reformasi tersebut akhirnya harus berhadapan dengan seleksi alam dan ganasnya bisnis penyiaran. Bagi yang semula hanya berbekal semangat, akhirnya mengakui bahwa bisnis penyiaran penuh resiko, tidak seindah yang dibayangkan seperti pada awal pendirian. Akhirnya, pada awal-awal perkembangan TV lokal lebih banyak terfokus pada usaha untuk sekadar *survive* dan belum banyak yang berpikir tentang pengembangan (*development).*

Kuasa modal dan investor televisi lokal juga menarik untuk dicermati. Sebagaimana dicatat Iswandi Syahputra (2011) bahwa investor yang mendirikan televisi lokal akhirnya diketahui bukanlah investor asli, tetapi investor yang berasal dari industri televisi yang bersiaran nasional. Motif mereka untuk turut mendirikan tv lokal adalah untuk memelihara kepentingan ekonomi jangka panjang. Mereka, menurut Iswandi (2011) tidak ingin kehilangan pangsa pasar pengiklan, khususnya di 10 kota yang menjadi basis perhitungan rating yakni Medan, Palembang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar, Makasar, dan Banjarmasin. Kuatnya pengaruh rating ala AGB Nielsen juga membuat tv nasional berkibar dan mengerdilkan tv lokal yang tidak pernah diikutsertakan dalam pengukuran. Situasi ini membutuhkan

kecermatan dari regulator untuk menimbang dengan cermat soal keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership)* dan keadilan.

Quo Vadis Media Penyiaran Lokal?

Layar sudah dibentangkan. Perjalanan sejarah sudah dilewati, masa sulit sudah dihadapi media penyiaran lokal dengan 'berdarah-darah'. Maka mau tidak mau perjalanan media lokal harus dilanjutkan. Penyiaran lokal tidak boleh berhenti di tengah jalan. Jika ini terjadi maka akan menjadi preseden buruk untuk penyiaran di tanah air. Barisan pendukung penyiaran lokal harus tetap solid memantapkan barisan guna mengawal kebijakan ini hingga berbentuk dan mampu menunjukkan jati diri penyiaran lokal yang tangguh dan profesional.

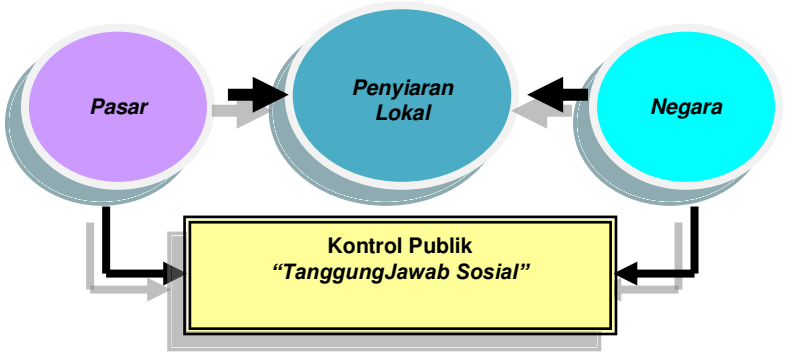
Sistem Siaran Berjaringan (SSB) yang dinyatakan sebagai produk final tentang sistem penyiaran di tanah air - yang mestinya harus diberlakukan Desember 2009 - harus terus di kawal. Apalagi melihat gelagat TV nasional yang terus mengulur-ulur waktu seiring dengan usaha untuk terus amandemen UU Penyiaran. Kendati hingga saat ini belum ada TV swasta yang serius melakukan upaya ke arah SSB. Publik tidak boleh menyerah, masih ada harapan betapapun kecilnya. Perubahan konstelasi bisnis tv Jakarta harus tetap diikuti dengan waspada, apalagi konsolidasi bisnis vertikal dan horizontal media terus dilakukan merambah spasialisasi berbagai sektor, komodifikasi, dan melakukan penggabungan kepemilikan untuk memperkuat basis bisnisnya.

Stasiun jaringan tetap menjadi pintu harapan untuk berkibarnya penyiaran lokal. Jika kebijakan ini tidak dilakukan secara konsekuan, maka tv lokal tidak hanya akan menjadi pelengkap penderita dalam penyiaran nasional, tetapi juga menunggu waktu untuk pelan-pelan hilang dari layar kaca pemirsa lokal. Kemampuan tv lokal untuk bertahan hingga saat ini sebenarnya sudah menunjukkan bagaimana semangat publik untuk turut menyemarakkan siaran tv di tanah air. Namun, keberpihakan kebijakan teknis tidak pernah menguntungkan tv lokal dan tv lokal hanya menjadi kelinci percobaan demokratisasi penyiaran yang memang sejatinya dikendalikan negara dan pasar.

Hingga kini (2011,pen) situasi masih samar, apakah SSB serius akan dilaksanakan. *Interplay* pemangku kepentingan yang alot di Jakarta cukup memberi sinyal betapa SSB hanya mimpi penyiaran di atas kertas kebijakan dan mungkin saja tidak akan pernah mendapat dukungan pasar.

Di tengah dinamika dan tautan kepentingan pasar, negara, dan publik, pemerhati media penyiaran lokal juga tetap harus mencermati lingkar kepentingan produksi media lokal yang tak kunjung profesional. Sebagaimana digambarkan Shoemaker dan Resse (1996), lingkar kepentingan itu cukup bertingkat dan memengaruhi proses produksi media yang meliputi level individu para pekerja media, organisasi, media rutin, ekstramedia, dan idelogi.

Selain itu, ada sejumlah prasyarat penting agar tv lokal mampu berkembang normal dan dapat bersaing dengan media *mainstream* saat ini. Pertama, kebijakan/regulasi struktural harus dibuat secara adil dengan mempertimbangkan keberagaman isi dan pemilik dan berkesinambungan antara tv lokal dan tv jaringan. Kedua, adanya kontrol terhadap mekanisme pasar agar kuasa pasar tidak liberal murni, tetapi ada kontrol menyangkut kepentingan publik secara bertanggungjawab. Kedua kekuatan ini sejatinya amat menentukan bagi perkembangan media penyiaran lokal.



Media penyiaran lokal bisa jadi akan kehilangan arah jika tidak didukung semua komponen pemangku penyiaran termasuk *stakeholders*. Layaknya 'bayi' yang baru memasuki masa tumbuh kembang, dalam beberapa konteks ia tidak bisa dilepaskan begitu saja. Media penyiaran lokal membutuhkan pendampingan dan bimbingan hingga ia bisa mandiri. Ganasnya bisnis media penyiaran menjadi *warning* bagi semua puhak, khususnya pengelola media lokal untuk bisa membuat penyiaran lokal menjadi sehat, menyangkut sehat isi siaran, sehat bisnis, dan juga sehat perangkat teknis pendukung penyiaran.

Masih adakah Secercah Cerah ?

Dibalik pesimisme itu, masih adakah secercah harapan bagi perkembangan tv lokal ke depan?. Menarik penjelasan Imawan Mashuri (2011) bahwa media tv lokal, khususnya anggota Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), asetnya mengalami peningkatan positif yakni 7% pertahun. Bahkan, beberapa tv lokal ada yang bisa mencapai 67%. Data ini sungguh menjadi obat pilu di tengah pesimisme kebijakan penyiaran yang tak menentu. Di balik problematika yang dihadapi tv lokal, ternyata, jika tv lokal dapat dikelola secara profesional maka industri ini mampu bersaing dan berkembang baik.

Saya berharap ada kajian yang komprehensif tentang *performance* industri tv lokal sehingga dapat menjadi lawan yang sepadan atau pengontrol media utama *(mainstream)* tv Jakarta yang ada selama ini. Televisi lokal tidak boleh patah arang dan kehabisan energi untuk maju ke depan. Diperlukan kerja keras termasuk mengembangkan berbagai jalan kreatif untuk merebut pemirsa lokal yang menjadi lahan pengabdiannya. Sembari terus mengembangkan kewaspadaan dan kesigapan dalam mengelola bisnis beresiko ini.

Potret tv lokal JTV Surabaya dan Bali TV harus menjadi inspirasi bagi pengelola tv lokal di seluruh Nusantara. Ke depan semoga akan hadir juga catatan menarik tentang optimisme tv lokal secara utuh dengan data-data faktual yang menginsipirasi. Harapan saya tentu kepada ATVLI sebagai asosiasi televisi lokal di Indonesia dapat memainkan peran yang lebih nyata bagi perkembangan bisnis anggotanya. Semoga ATVLI bisa melakukan ikhtiar yang lebih 'progresif' lagi dan mampu memberikan dukungan kepada para anggotanya guna mewujudkan cita-cita mulia yakni tv lokal sebagai jangkar penyiaran nasional.

Manajemen Ke depan

Manajemen media, termasuk media penyiaran sebagaimana pernah digambarkan Rahayu dalam Siregar (2010) identik dengan ketidakpastian. Faktor yang turut menyebabkan diantaranya perubahan regulasi, depresi ekonomi dan sistem permodalan, perkembangan teknologi, meningkatnya tuntutan dan kesadaran publik, keterbatasan sumber daya manusia yang berkualitas, serta pergeseran minat konsumen. Menurut Diyah dalam Siregar (2010), manajemen media harus mampu mengantisipasi dan mengatasi faktor ketidakpastian tersebut.

Televisi lokal harus mulai memikirkan untuk menggunakan pendekatan *sains* dan *local wisdom* dalam mengelola tv lokal agar bisa bertahan dan berkembang. TV lokal harus mulai memikirkan untuk memiliki *data base* dan sistem informasi yang andal. Apalagi saat ini publik mulai akrab dengan berbagai teknologi informasi.

Paling tidak, TV lokal perlu memberi perhatian terhadap pengelolaan *data base* terkait dengan asepk demografis dan psikografis pemirsa yang selalu menunjukkan tren berubah dan dinamis. Berapa jumlah penonton aktif, jumlah pesawat tv, pola perilaku menonton, daya dukung ekonomi bisa dipantau secara *realtime.* Selain itu, pengelola tv lokal juga harus mulai mengembangkan jejaring untuk produksi dan pemasaran program, termasuk *joint* dan tukar program dengan tv lokal yang lain guna mengatasi kendala kekurangan *supply* program.

Yang tidak bisa dianggap remeh adalah soal *sustainabilty,* baik manajamen maupun program. TV lokal harus memiliki visi ke depan yang jelas, sehingga bisa diterjemahkan dalam misi dan program yang

terukur mengingat perubahan yang sangat dinamis menyangkut *lifestyle*, teknologi maupun ilmu pengetahuan. TV lokal harus mampu mengantisipasi berbagai perubahan tersebut dengan cepat dan bisa mengambil keuntungan dari perubahan tersebut melalui sisi bisnis, program, dan teknis.

Dari berbagai pengalaman tv lokal yang merupakan hasil ekspansi bisnis media cetak lokal memiliki kecenderungan untuk bisa berkembang baik seperti JTV dan Koran Jawa Pos Group. TV lokal harus berusaha keras untuk menciptakan *genre* acara sendiri yang membedakan dengan tv Jakarta. Selama ini tv lokal masih banyak yang melakukan peniruan program tv Jakarta. Kita berharap tv lokal dapat berkembang berdasarkan semangat demokratisasi penyiaran dan dapat meminimalisasi semangat neoliberalisme.

Konfigurasi lembaga penyiaran swasta, publik, dan komunitas tidak kalah menentukan dalam corak penyiaran lokal. Ketimpangan jumlah media penyiaran komunitas, publik dan swasta menjadikan siaran di daerah di dominasi siaran lembaga penyiaran swasta. Ke depan jumlah lembaga penyiaran komunitas dan publik harus ideal sebagai pembanding media penyiaran swasta.

Agus Sudibyo (2004) juga mencatat bahwa dinamika ekonomi nasional dan lokal , persebaran *civil society*, kontinuitas perubahan politik dan reformasi pemerintahan,tumbuhnya kelas pekerja yang solid dan mandiri, serta keberhasilan pendidikan politik dan ekonomi di tingkat lokal akan juga menentukan perkembangan penyiaran lokal.

Media penyiaran lokal telah berkembang menjadi industri kreatif. Jika kita berharap dan menginginkan ruang publik yang lebih besar maka harapan itu ada pada media penyiaran publik dan komunitas. Agenda ke depan bagaimana kedua jenis media penyiaran lokal ini dapat meningkat baik jumlah maupun kualitasnya. Harapannya tentu akan semakin banyak lembaga penyiaran komunitas dan publik sehingga akan menjadi lokomotif penyeimbang bagi penyiaran dengan harapan banyak media akan mendorong demokratisasi penyiaran di daerah.

Kendala teknis tentang ketersediaan kanal juga perlu dicarikan formula yang adil. TV lokal menghadapi problem serius terkait dengan legalitas yakni iizin operasional, khususnya dalam mendapatkan izin stasiun radio frekuensi yang menjadi syarat dalam mendapatkan izin penyelenggaraan penyiaran (IPP). Realitas di lapangan selama ini sesuai dengan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor : KM. 76 Tahun 2003 Tentang Rencana Induk (*Master Plan*) Frekuensi Radio Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus Untuk Keperluan Televisi Siaran Analog *Pada Pita* Ultra High Frequency (UHF), kanal setiap wilayah layanan jumlahnya terbatas. Jatah setiap wilayah layanan hanya berjumlah 5-8 kanal. Sementara jumlah tv Jakarta (siaran nasional) saat ini sebanyak 11 stasiun dan sebagian besar sudah menempati kanal yang dialokasikan. Akhirnya, kanal tersebut tidak cukup, Jangankan untuk tv lokal, tv nasional juga ada yang tidak kebagian kanal frekuensi di daerah.

Atas dasar realitas ini, gegap gempita (euforia) masyarakat lokal untuk mendirikan tv swasta lokal harus terhenti dengan keterbatasan kanal untuk penyelenggaran siaran. Untuk itu jika tv lokal dapat tumbuh dan mendapat keadilan, maka pemerintah harus membuat terobosan dalam menata ulang kanal frekuensi agar tv lokal juga mendapat jatah dan sekaligus mendapat perlakuan yang adil untuk turut serta terlibat dalam usaha penyiaran di daerah dan membangun ekonomi daerah.

Sebagai entitas bisnis maka sejak awal tv lokal harus mampu bertindak profesional dalam menjalankan usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip usaha yang profesional sehingga dapat menjadi bisnis yang sehat dengan kualitas program yang sehat pula. Hal ini penting untuk mendapat perhatian mengingat hanya dengan dukungan bisnis yang kuat, tv lokal dapat konsisten menghadirkan acara yang berkualitas, bisa di andalkan dan tidak terjerumus dalam bisnis murahan dan acara berselera rendah *(low taste).* Dengan *performanc*e bisnis yang sehat, tv lokal akan lebih mudah dalam mendorong isi siaran yang sehat.

Tantangan ke depan

Mewujudkan Ruang Publik Ideal dan *Good Governance* dalam Penyiaran Lokal

Mewujudkan ruang publik yang sesungguhnya dalam media penyiaran lokal akan menjadi pintu pembuka bagi kebebasan media dan kecerdasan warga (rasionalitas publik). Ashadi Siregar (2003) melihat

banyak tantangan, selain menghadapi kekuasaan negara, dan pasar, juga kekuasaan kolektif sosial *(communalism).*

Dalam penjelasan Siregar (2003), kekuasaan kolektif sosial bisa membuat warga masyarakat menjadi massa yang kehilangan posisi personal, dan dikalahkan oleh homogenisasi yang berlangsung dalam komunalisme. Untuk itu, pewujudan ruang publik harus bisa mengelemisasi 3 kekuatan tersebut. Dengan demikian dalam pandangan Siregar (2003) ruang publik termasuk dalam media diharapkan dapat menjadi zona bebas dan netral yang didalamnya berlangsung dinamika kehidupan warga secara personal, yang bersih dari kekuasaan negara, pasar, dan komunalisme.

Melalui media lokal, diharapkan warga dapat berinteraksi, mendiskusikan berbagai kepentingannya secara bermartabat. Interaksi ditandai dengan posisi tawar menawar (negoisasi) personal dalam proses diskusi publik *(public discussion)* atas dasar rasionalitas dan kecerdasan, bukan atas dasar kekerasan (kekuatan fisik dan psikhis). Mengingat selama ini kekerasan dapat terjadi secara personal, institusional oleh negara, maupun komunalisme masyarakat.

Hal ini tidak hanya menyangkut kebebasan warga mendapat informasi publik serta kebebasan warga menyatakan pendapat tentang masalah publik, tetapi berlaku juga untuk media, dimana media memiliki kebebasan untuk mencari dan menyampaikan informasi kepada publik.

Masyarakat dan media lokal harus bebas dari tekanan kekuasaan eksternal, baik dari negara maupun masyarakat (kekuasaan kepitalisme dan komunalisme). Media penyiaran lokal harus didorong untuk menjadi zona netral agar memungkinkan warga memeroleh informasi yang benar. Dengan demikian warga dapat memiliki pemikiran dan pendapat yang rasional tentang masalah publik yang aktual.

Sebagai salah satu pilar demokrasi dan otonomi daerah, televisi lokal juga mengemban visi mewujudkan *civil society* dalam ruang publik kehidupan masyarakat lokal. Ashadi Siregar (2003) menyebut 3 aspek yang mesti harus diemban yaitu 1) memelihara ruang kebebasan dan netralitas ruang publik, 2) basis rasional dan kecerdasan masyarakat, dan 3) orientasi pada derajat kemanusiaan. Ruang publik yang bebas dan netral dijaga dengan menjauhkan dominasi dan monopoli kekuatan Negara, pasar, dan komunalisme. Basis rasional dan kecerdasan dijalankan dengan mengembangkan kultur toleransi dan anti kekerasan dalam interaksi sosial. Orientasi kemanusiaan diwujudkan melalui pilihan wacana publik yang relevan dalam memerangi konstruksi social yang merugikan HAM dan demokrasi.

Televisi lokal baik tv publik, tv komersial, dan tv komunitas harus bahu membahu menjalankan mengakselerasi fungsi sosial yaitu mengembankan fungsi kultural dalam ruang publik, dan fungsi ekonomis secara proporsiaonal. Fungsi sosial ini menurut Ashari Siregar (2003) bersifat imperative, berorientasi pada kepentingan khalayak, untuk memenuhi hak warga dalam mendapat informasi dan hak untuk menyatakan pendapat dengan tetap membangun dan memelihara *share value* yang menjadi landasan dalam kehidupan publik. Jika tv dan media penyiaran lokal dapat mewujudkan hal ini maka peluang tv lokal menjadi pengawal demokrasi, otonomi, dan *civil society* terbuka lebar.

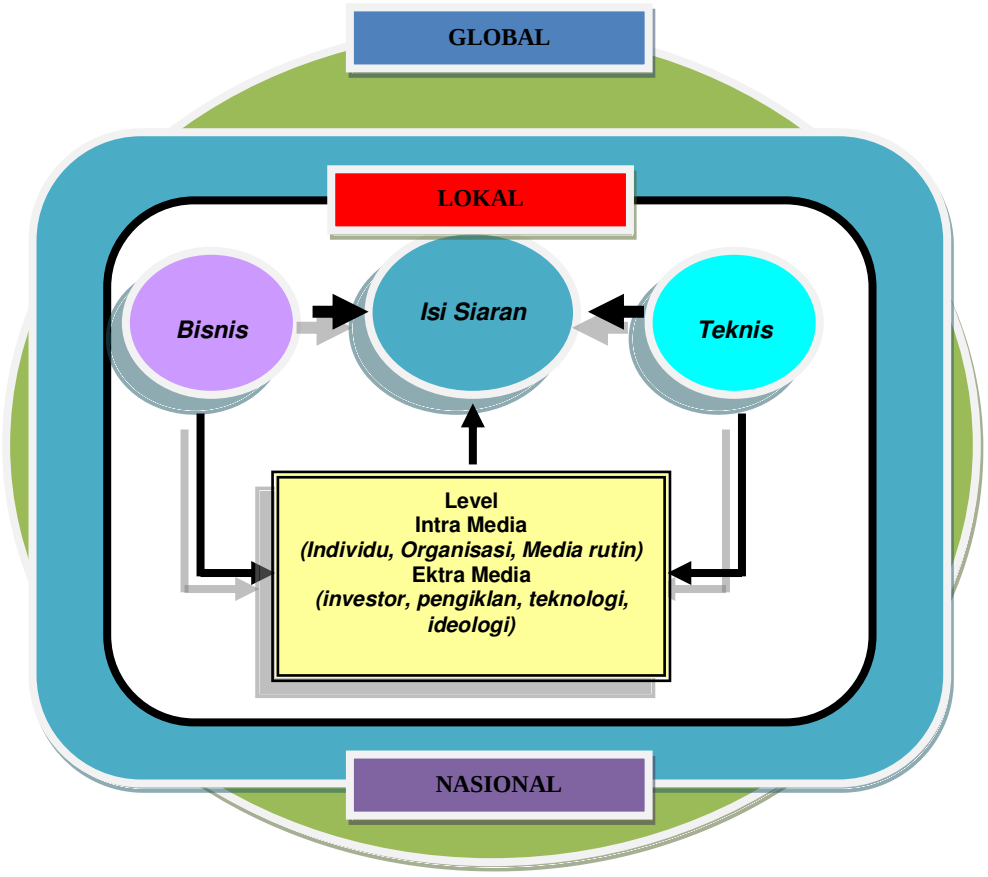
Mewujudkan Profesionalisme Pengelolaan.

Langkah yang dapat ditempuh adalah dengan dengan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan *(good governance)* dan antisipatif terhadap kebutuhan masa depan. Adapun ditingkat internal media lokal, beberapa tantangan bagi pengelola tv lokal ke depan

- **Isi Program** : menarik, menghibur, dan mendidik. Selama ini data AGB Nielsen memperlihatkan bahwa publik lokal masih belum tertarik pada acara dengan segmen khusus, seperti pendidikan. Publik lokal masih menyukai acara hiburan serba gado-gado, sekadar hiburan. Menyiasati kondisi ini maka TV lokal harus melakukan edukasi pemirsa untuk menguatkan acara khusus, program-program khas genuin lokalis, juga tetap menjadi supermarket untuk memenuhi keinginan publik yang beragam.
- **Bisnis :** tv lokal harus sehat secara bisnis dan menghasilkan keuntungan agar bisa berkembang. Selama ini tv lokal masih belum mampu untuk meningkatan pendapatan iklan dari produk-produk nasional karena kurang cermat dalam mengambil dan mengelola segmentasi pangsa pasar. TV lokal juga harus mampu mengambil kue share iklan nasional dengan terobosan program-program lokal yang khas. TV lokal juga harus mampu menekan biaya produksi. Sebagaimana pernah saya tuliskan di Radar Surabaya

rumus pertama TV lokal harus efisien. TV lokal harus mampu menekan biaya produksi program lokal. Sekadar gambaran bahwa biaya operasional TV lokal rata-rata mencapai 7 juta perjam. Sementara harga iklan baru bisa mencapi 500 ribu per*spot*. Jika selang 5 menit setiap program diberi iklan, maka dalam satu jam TV lokal hanya mampu menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 6 juta.
Dari angka kasar ini saja, TV lokal akan mengalami kerugian hampir Rp.1 juta setiap jam. Jika rata-rata TV lokal bersiaran 12 jam sehari maka mereka akan mengalami kerugian sebesar 12 juta setiap harinya. Mengapa? Hal ini disebabkan masih terlalu rendahnya harga iklan yang diraih TV lokal. Tragisnya, sudah harga iklannya rendah, lahan itu juga diserbu dan diperebutkan TV nasional yang memiliki jangkauan lebih luas. Melihat tantangan bisnis seperti ini, maka TV lokal dituntut untuk membuat jejaring antar tv lokal dan juga dengan pasar global.

- **Teknologi :** pengelola tv lokal harus akrab dengan teknologi *broadcast* termasuk teknologi baru digital agar dapat melakukan adaptasi, re-empowering, *maintannace*, *support* serta pengembangan teknologi. Selama ini tidak jarang publik lokal malas melihat tv lokal karena kualitas gambarnya tidak jelas dan kalah jauh dari tv swasta nasional.



Ketiga aspek tersebut harus selaras, serasi, seimbang sehingga kehadiran tv lokal dapat dirasakan oleh publik lokal dan selaras dengan fungsi pembangunan masyarakat lokal. Dengan demikian kehadiran tv lokal tidak sekadar merayakan *euforia* politik reformasi *an sich*, tetapi hadir menjadi kebanggaan dan teman sejati publik lokal

R E F E R E N S I

Buku :

Anonimous. (2004) ***Standar Kelayakan Radio Indonesia,*** Jakarta: PRSSNI

----------. (2007) ***Pendidikan Media: Buku Pegangan Untuk Guru Sekolah Dasar***, Jakarta : YPMA dan Unicef.

----------. (2008) ***Pendidikan Media: Membangun Sikap Kritis Anak Dalam Menggunakan Media***, Jakarta : Kidia dan Unicef.

----------.(2010) ***Panduan Penyelenggaraan Hari Tanpa TV 2010*****,** Jakarta: YPMA

Arifin BH, ***Suara Surabaya Bukan Radio***, Radio SS, Surabaya, 2010

Erianto, (2008), ***Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media***, Yogyakarta: LkiS.

Gazali, Effendi dkk, (2003) ***Konstruksi Sosial Industri Penyiaran***, Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi UI & IFES.

Guntarto. (2008) ***Pola Menonton TV yang Aman dan Sehat***, Jakarta : YPMA Kidia.

Habermas, Jurgen (2006) ***Teori Tindakan Komunikatif I: Rasio dan Rasionalisasi Masyarakat,*** Yogyakarta: Kreasi Wacana

----------.(2009) ***Teori Tindakan Komunikatif II: Kritik atas rasio fungsionalis*****,** Yogyakarta: Kreasi Wacana

----------.(2010) ***Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*** , Yogyakarta: Kreasi Wacana

Hardiman, F.X. Budi, (2009) ***Menuju Masyarakat Komunikatif: Ilmu, Masyarakat, Politik dan Postmodernisme Menurut Jurgen Habermas***, Yogyakarta: Kanisius

----------.(2009) ***Demokrasi Deliberatif: Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus Jurgen Habermas***, Yogyakarta: Kanisius

Hidayat, Dedy N, dkk, (2000) ***Pers dalam Revolusi Mei, Runtuhnya sebuah Hegemoni***, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kartajaya, Hermawan, (2007) ***Marketing Klasik Indonesia,*** Bandung: Mizan pustaka

Littlejhon, Stephen W. (1998) ***Theories of Human Commnucation***, Albuquerque New Mexico : Wadsworth Publishing Company

Masduki, (2007) ***Regulasi Penyiaran, Dari Otoriter ke Liberal,*** Yogyakarta: LkiS.

McCarthy, Thomas**.** (2006) ***Teori kritis Jurgen Habermas***, Yogyakarta : Kreasi Wacana

Morissan, (2008) ***Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi,*** Jakarta: Kencana.

McQuail, Dennis. (1992). ***Media Performance: Mass Communication and the Public interest***, London: Sage Publications.

Mosco, Vincent. (1996). ***The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal***, London: Sage Publications.

Panuju, Redi (2002). ***Relasi kuasa negara, media massa dan publik: pertarungan memenangkan opini publik dan peran dalam transformasi sosial*** Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Satjipto, Rahardjo, (2009), ***Hukum Progresif, Sebuah Sintesa Hukum Indonesia***, Yogyakarta: Genta Publishing

Siregar, Amir Effedi, dkk (2010), ***Potret Manajemen Media di Indonesia***, Yogyakarta:Total Media.

Sudibyo, Agus. (2001). ***Politik Media dan Pertarungan Wacana***, Yogyakarta: LkiS

----------. (2004). ***Ekonomi Politik Media Penyiaran,*** Yogyakarta: LkiS

Sen, Krishna, David Hill (2001), ***Media, Budaya, dan Politik di Indonesia,*** Jakarta: ISAI-Media Lintas Inti Nusantara.

Shoemaker, Pamela J dan Stephen D. Reese (1996). ***Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content***, New York: Longman Publishers.

Syahputra, Iswandi. (2011), ***Rahasia Simulasi Mistik Televisi***, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Makalah dan Dokumen :

Makalah :

Hidayat, Dadang Rahmat. (2010), ***Mencermati tayangan di televisi,*** Makalah disampaikan Pada Literasi Media, Universitas Brawijaya-Malang 20 Agustus 2010

Jonathans, Errol. ***Pengelolaan Radio Komunitas***, Seminar KPID Jawa Timur

----------, (2009) ***Radio Sebagai Alun-Alun Publik***, KPID Jawa Timur

Santoso, Arif Budi (2009). ***Perizinan LPP Lokal di Jawa Timur : Problematika dan Solusinya***, makalah disampaikan di Surabaya, 26 November 2009

Salman, Radian (2011)**.** ***Kajian Yuridis : Keberadaan Lembaga Penyiaran Publik Lokal sebagai badan hukum penyelenggaraan penyiaran*****,** Makalah di sampaikan di Surabaya pada 23 Februari 2011

Siregar,Ashadi *Jurnalisme Publicsphere dan Etika***, LP3Y,Yogyakarta**
Uyun, Yasirwan (2008) ***Literacy Media***, Makalah Seminar disampaikan di Surabaya pada 30 April 2008

Dokumen:

- UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- Pedoman Perilaku Penyiaran KPI Tahun 2009
- Standar Program Siaran Tahun 2009

Opini Koran :

Kriyantono, Rachmat (2007) ***Bangkitlah Penonton Televisi!,*** Kompas Jawa Timur, Sabtu, 26 Mei 2007
Surokim, ***Hati-Hati Investasi TV Lokal,*** Surya, 11 September 2008
----------, ***Rivalitas TV Jakarta Vs TV Lokal Dalam Pilkada***, Jawa Pos, 22 Agustus 2008
----------, ***Apa yang dicari dari Bisnis Penyiaran Lokal,*** Radar Surabaya, 8 Mei 2008
----------, ***Menunggu Realisasi Siaran Lokal Berjaringan***, Radar Surabaya, 14 November 2009
----------, ***Kekerasan di TV,*** Surya, 22 April 2010
----------, ***Mencegah Siaran Lowtaste,*** Surya, 3 Februari 2010
----------, ***Survivalisme TV Lokal Surabaya***, Radar Surabaya, 20 Februari 2010
----------, ***Infotainment semakin lebay,*** Radar Surabaya, 20 Juli 2010
----------, ***Paparazi Ala Jurnalis Infotainment,*** Koran Tempo, 5 Agustus 2010
Steven, Antonius Un**, *Peran Sosial Televisi Lokal,*** Kompas Jawa Timur, 9 Januari 2007
Yazid, Abdullah, (2007) ***Menakar Fungsi Edukatif TV Lokal Malang,*** Surya, Jumat, 13 Juli 2007

Jurnal:

Rachmiatie, Atie (2007). ***TV lokal dan Kemerdekaan Arus Informasi***, Jurnal ISKI Bandung, Vol. 1, No. 1 Agustus 2007
Siregar, Ashadi (2003). ***Etika Jurnalisme Televisi di Tengah Disorientasi Negara dan Pasar***, Jurnal llmu Sosial Ilmu Politik (JSP), FISIP-UGM Yogjakarta Vol. 7 No.2.
Surokim, (2010)**, *Industri TV dan Perlindungan Anak: Urgensi Pendidikan Media Literacy*** Jurnal Message Fikom Univ. Dr Soetomo
----------, (2011). ***Evaluasi Isi Siaran TV lokal di Jawa Timur***, Jurnal Media dan Komunikasi Komti No. 13, Balai Kajian dan Pegembangan Informasi Surabaya Wil. V Surabaya
----------, (2011) ***Ekonomi Politik Pendirian Media Penyiaran di Jawa Timur,*** Jurnal Kalamsiasi FISIB Unmuh Sidoarjo
Thesis, Departemen Ilmu Komunikasi Fisip-UI Jakarta Vol IV/No.1 Januari-April 2005

Internet:

Budi, Arif Santoso, ***Potret Terang Penyiaran Lokal di KPID Award***. Dalam [http://www.kpidjatim.com/artikel/7/potret_terang_penyiaran_lokal_di_kpid_award.html di akses 10 Mei 2011]
Syah, Sirikit.(1998**) *KPID dan Problematik Dunia Penyiaran*** dalam http://sirikitsyah.wordpress.com/2008/11/01/kpi-kpid-fcc/ [diakses 2 Mei 2010]
----------(1998), *KPI + KPID = FCC?!* d**alam http://sirikitsyah.wordpress.com/2008/11/01/kpi-kpid-fcc/ diakses 2 Mei 2010]**
Wahid, Wardi. 2005. ***TV Lokal : Mampukah Mereka Bersaing?*** dalam [http://tvconsulto.com] diakses 7 Mei 2011
Wenats, Eka Wuryanta (2007), ***Delapan Tips Mengontrol Anak Menghadapi Media Kekerasan*** *[http://ekawenats.blogspot.com/2007/10/delapan-tips-mengontrol-anak-menghadapi.html*] diakses Senin, 21 Maret 2010

Kesaksian "Membangun Penyiaran lokal"

Imawan Mashuri, Ketua Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI)
"TV lokal mengemban amanah sebagai jangkar pemelihara kesatuan dan persatuan bangsa. Untuk mewujudkan sistem penyiaran yang demokratis, jalan satu-satunya yang bisa ditempuh adalah membangun media penyiaran lokal, mengingat disanalah sejatinya kedaulatan publik berada. Secara pribadi saya salut atas pemihakan penulis pada tv lokal dan terima kasih atas dukungannya selama ini dalam memajukan penyiaran lokal"

Zainal Arifin MK (Wartawan Senior,Dosen AWS Stikosa)
"Bak fatamorgana, UU Penyiaran No. 32/2002 yang disebut pro-publik ternyata tak lebih hanya bayang-bayang air dipadang pasir. Persaingan dunia penyiaran memang teramat panas. Penyiaran lokal yang dihajatkan berkembang harus tumbuh dipadang tandus. Mereka harus berjuang keras menghadapi ganasnya persaingan yang tidak adil. Semoga buku ini bisa mencerahkan semuanya"

Fajar Arifianto (Ketua KPID Jawa Timur)
"Perjuangan media penyiaran lokal sebagai ruang publik yang sejati masih membutuhkan waktu dan ikhtiar yang panjang. Komitmen dan dukungan semua pihak sangat diperlukan agar dapat menjadi pilihan utama publik lokal. Bagi pemerhati media, mahasiswa, dan pekerja media, buku ini bisa membuka wacana 'alternatif' yang menarik".

Redi Panuju, M.Si, Ka. Prodi Magister Komunikasi Unitomo Surabaya
"Saya sering melihat dan membaca catatan anak didik dan sejawat saya ini di berbagai media massa. Jika kemudian baru kali ini ia baru sempat menulis buku itu sebenarnya hanya menunggu waktu saja. Sebagai mantan komisioner, tulisan ini juga hadir sebagai sebuah catatan hidup orang yang pernah terlibat langsung dalam interplay pembuatan kebijakan penyiaran di Jatim. Catatan ini 'objektif' tentang apa yang ia dengar, lihat, dan rasakan selama ini. Sungguh sebuah catatan fenomenologis yang menarik."

DR. Catur Suratnoaji, Dosen Ikom UPN Veteran Jawa Timur
"Jika kebijakan sistem stasiun jaringan dapat direalisasikan maka paling tidak akan ada 600 stasiun lokal pada tahun 2020. Untuk mengantisipasi hal tersebut maka semua pihak, khususnya stakeholders harus dapat mengambil peluang termasuk menyiapkan infrastruktur dan suprastruktur sehingga perkembangan itu maslahat dan dapat menambah 'ke-khasan' penyiaran Indonesia yang unik. Buku ini hadir pada saat yang tepat."

Muhtar Wahyudi, MA (Direktur Surabaya Media School dan SSC Media Reseach)
"Buku ini sebenarnya adalah simbol perlawanan atas hegemoni penyiaran nasional Jakarta. Saya percaya buku ini akan diperbincangkan dan bisa mematik diskusi lanjutan yang menarik soal media penyiaran lokal yang masih problematik."

Yudiana Indirastuti, Mahasiswa program Doktor Ilmu Komunikasi Unpad Bandung
"Bagi pengusaha media yang selama ini alergi terhadap politik, Cobalah baca buku ini untuk mendapatkan pencerahan. Sebab bagaimanapun, keberadaan bisnis di Indonesia nyatanya tidak lepas dari konteks politik kekuasaan pasar dan negara"

Syaifuddin Zuhri, M.Si Dosen Produksi Radio di Jur. Komunikasi Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel
"Jika Anda telanjur memiliki media penyiaran (tv dan atau radio) maka buku ini layak dijadikan salah satu partner yang jujur dan obyektif. Sebab, menurut saya buku ini memberi gambaran yang jelas soal resiko bisnis media penyiaran yang bisa menjadi alat deteksi dini (early warning system) agar Anda semakin sigap dan waspada."

H. Surya Aka, Mantan Pimred News JTV, PWI Jawa Timur
"Program siaran lokal semakin menjadi menu penting bagi pemirsa lokal dan nasional. Saya percaya ke depan akan semakin banyak hadir di layar tv keluarga Indonesia. Untuk itu, setiap usaha memberdayakan potensi dan konten lokal patut di dukung dan diapresiasi, temasuk ikhtiar yang ditulis dalam buku langka dan sekaligus menarik hasil karya sohib saya ini"

Arif Budi Santoso, SH. SIP., Advokad Lembaga Bantuan Hukum Pers Surabaya
"Munculnya ratusan media penyiaran lokal di era reformasi membuat belantara penyiaran semakin ruwet termasuk penegakan hukumnya. Buku ini bisa menjadi salah satu kompas jalan untuk keluar dari semua kerumitan ini, khususnya bagi para pemangku kepentingan penyiaran (regulator dan penegak hukum) agar penyiaran lokal dapat berkembang lebih baik"

Hakim Zaely, M.Si. (Direktur TV lokal - TV9 Jatim)
"Sebagai orang yang pernah belajar di pesantren, sahabat saya ini paham betul soal pentingnya menghargai kearifan lokal (local wisdom). Budaya lokal sebagai basis nilai-nilai di masyarakat layak terus untuk diperjuangkan dan diaktualkan, termasuk melalui media penyiaran lokal. Saya percaya istiqomah sahabat saya ini dalam memihak budaya dan media lokal. Saya juga mengapresiasi kerja sahabat saya ini selama menjadi komisioner KPID Jatim. Semoga dukungannya pada TV lokal di Jatim dapat menjadi amal jariyahnya pada masyarakat. Para pengelola TV lokal juga tetap semangat, tak mudah menyerah, dan semoga bisa mengemban amanah menjadi benteng pertahanan budaya dan sekaligus bukti eksistensi masyarakat lokal di tengah pusaran media utama yang hadir saat ini."

Doni Maulana A. (Mantan Ketua AJI Surabaya – Eks. Wartawan BBC London Indonesia)
"Pesatnya pertumbuhan media tv lokal idealnya dibarengi dengan kemampuan memberikan edukasi dan informasi yang layak, benar, dan beragam. Buku ini diharapkan dapat menjadi pegangan bagi para broadcaster dan pengelola tv lokal untuk menjawab beragamnya kebutuhan masyarakat akan informasi sekaligus memenuhi hak setiap warga negara untuk memeroleh informasi secara sehat dan bertaggungjawab".

Titien (Media Watch Surabaya)
"Berbeda-beda tetapi tetap satu, terasa pas untuk mengambarkan monopoli kepemilikan media di Indonesia. Solusi keberagaman media yang ditawarkan oleh UU 32/2002 tentang penyiaran melalui media lokal, kini harus pasrah pada kenyataan banyaknya media lokal yang 'hidup tak ada iklan,mati bisa alih tangan'.Ujung-ujungnya akusisi dan jual beli saham mewarnai industri media dan fenomena media lokal yang sering ditutup-tutupi demi kepentingan dengan mengabaikan hak-hak publik, sang pemilik sah frekuensi. Histoire recite, sejarah sudah dikisahkan, Jadi mari kita simak!

Agung Dharmajaya (ATVLI-Spancetoon TV)
Kehadiran buku ini membuktikan satu lagi pengakuan dan keberpihakan terhadap lembaga penyiaran lokal yang ada saat ini, khususnya televisi. Tanpa disadari kehadiran lembaga penyiaran diawal tahun 2000, dengan pijakan lahirnya PP25/2000 tentang otonoi daerah dan UU Penyiaran 32/2002 memberika angin reformasi terhadap lahirnya lembaga penyiaran lokal. Berbagai jenis lembaga penyiaran sebagai pilihan serta keberagaman strategi model bisnisdan problematikanya, menjadi warna tersendiri terhadap eksistensi tv lokal. Pada akhirnya masyarakat mempunyai banyak pilihan serta merasakan manfaat dan keberadaan tv lokal didaerah menjadi lebih bermartabat. Dengan latar belakang penulis sebagai akademisi dan pernah terlibat langsung sebagai regulator di KPID Jatim membuat kajian dalam buku ini cukup komprehensif dan berimbang.

Henny Dyah Esty (Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal Indonesia ARSSLI Jatim)
Media penyiaran lokal mempunyai karakter tersendiri dalam penyajian dan juga mempunyai tempat sendiri dihati pemirsa/pendengarnya. Media penyiaran lokal mempunyai ciri khas budaya lokal yang mewakili masyarakat dimana media itu berada. ARSSLI Jatim bergembira dan menyambut baik penerbitan buku ini.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Media penyiaran lokal menjadi bintang di awal reformasi hingga membuat euforia masyarakat di berbagai daerah berlangsung gegap gempita. Publik lokal 'berjuang' penuh percaya diri agar mereka mampu memiliki media sendiri sehingga dapat berpartisipasi aktif dalam membangun media lokal. Namun, mimpi indah untuk melihat keberdayaan publik dan performa media lokal yang ideal yang bertumpu pada *diversity of content* dan *diversity of ownership* akhirnya harus berhadapan dengan realitas hukum alam 'kapitalisme' yang menempatkan tv lokal menjadi hiasan pinggir di tengah dominasi TV nasional.

SUROKIM, S.Sos, SH, M.Si. adalah dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB), Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Mengajar mata kuliah ekonomi politik media dan politik media di konsentrasi komunikasi politik. Menamatkan pendidikan S-1 di FISIP Unair (1997) dan Magister Komunikasi di Univ. DR Soetomo (2006). Alumni Ponpes Darul Ulum Langitan Tuban ini juga pernah menjadi anggota Komisi Penyiaran Indonesia Jawa Timur (2007-2010), Menjadi local partner The Ridep Institute Jakarta untuk riset di Jawa Timur. Aktif menulis tentang media penyiaran sejak 2008 dan aktif di Pusat Kajian Komunikasi Publik (PUSKAKOM-PUBLIK) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang mengembangkan riset media dan training bidang komunikasi publik. Artikel opininya tentang Media Penyiaran sering muncul di Harian Jawa Pos, Koran Tempo, Harian Surya, dan Radar Surabaya. Penulis dapat dihubungi melalui 081 330683681 atau email: surochiemabdussalam@yahoo.com blog : http://surochiem.blogspot.com

ISBN 978-979-1740-38-8

Interpena